ERFOLG

Die starke Zeitung für Selbstständige, Unternehmer und Existenzgründer

Nummer 2/3 • Februar/März 2024 • 18. Jahrgang • Preis CHF 3.90 • www.netzwerk-verlag.ch • AZB 6300 Zug · Post CH AG

Was sind die Vorteile einer positiven Unternehmenskultur?

Seite 14

Werbung
Lehrkräftemangel in der Schweiz? Muss nicht sein.
Artikel Seite 6 – 8

Rechtsberatung
Einzigartigkeit kennzeichnen – Erkennungswert schaffen.
Artikel Seite 13

Digital
Datensilos aufbrechen: Wie Unternehmen Daten effizient nutzen.
Artikel Seite 17

Arbeit
Aus der Praxis für die Praxis.
Artikel Seite 31

Offizielles Organ des Schweizerischen KMU Verbandes

10% Rabatt auf Krankenkassenzusatzversicherungen für SKV-Mitglieder

SLKK VERSICHERUNGEN hat ihren Sitz im Raum Zürich und fungiert nach folgenden 3 Grundsätzen:

Vernünftig
«Wir beraten unsere Versicherten mit Vernunft, Transparenz und gesundem Menschenverstand».

Menschlich
«Die Beziehung zu unseren Versicherten pflegen wir über Generationen, sie folgt der Maxime «von Mensch zu Mensch». Wir kommunizieren offen und ehrlich und setzen uns persönlich für das Wohl des Einzelnen ein».

Solide
«Wir bieten nachvollziehbare, attraktive Leistungen mit konstanten, fair kalkulierten Prämien».

Das Angebot ist gültig für: SKV-Mitglieder, Mitarbeiter und deren im gleichen Haushalt lebenden Personen.

- Kollektivrabatt von 10% auf die Produkte: QualiCare, Medico-Plus und Spitalzusatzversicherungen
- Assistance (Transport, Rettung) inbegriffen
- Familienrabatt ab 3 Personen
- Kinderrabatt ab dem 3. Kind
- Skonto bis zu 1%
- persönlicher Ansprechpartner
- Kooperationsangebote bei Drittanbietern

Wie vorgehen?
Ganz einfach unter partner@slkk.ch melden und eine Bestätigung der SKV-Mitgliedschaft mitsenden.
Sie werden umgehend Ihre persönliche Offerte erhalten.

«Wir engagieren uns leidenschaftlich für unkomplizierte, verlässliche und flinke Lösungen, die begeistern.»

SLKK

KRANKENKASSE SLKK
Hofwiesenstrasse 370
CH-8050 Zürich

T +41 (0)44 368 70 30
info@slkk.ch
www.slkk.ch

Editorial

Geschätzte Leserinnen und Leser,
geschätzte SKV Mitglieder

Herzlich willkommen zur ersten Ausgabe des Jahres 2024 unserer Zeitung, welche sich mittlerweile bereits im 18. Jahrgang befindet. Wir hoffen, Sie sind genauso gespannt auf das neue Jahr wie wir und freuen sich auf viele spannende Entwicklungen und Erfolgsgeschichten. Das Jahr 2023 war zweifellos von Herausforderungen geprägt, von denen auch unsere KMU-Leserschaft nicht verschont blieb. Die Auswirkungen der globalen Pandemie und die Veränderungen in der Wirtschaftslandschaft haben uns alle vor grosse Aufgaben gestellt. Doch eines haben wir in dieser Zeit gelernt: KMU sind das Rückgrat unserer Wirtschaft und in der Lage, sich an veränderte Bedingungen anzupassen und durch Innovationsgeist und Anpassungsfähigkeit zu glänzen.

In dieser Ausgabe von «Erfolg» werfen wir einen Blick auf die Trends und Chancen, die das Jahr 2024 für kleine und mittlere Unternehmen bereithält. Wir berichten über die Digitalisierung, die auch für KMU weiterhin eine Schlüsselrolle spielt. Diejenigen, die mutig voranschreiten und Technologien effektiv einsetzen, werden in der Lage sein, sich Wettbewerbsvorteile zu verschaffen.

Ein weiteres Thema, das uns in diesem Jahr begleiten wird, ist die Nachhaltigkeit. Immer mehr Kunden und Investoren legen Wert auf umweltfreundliche und sozial verantwortliche Unternehmen. Wir zeigen Ihnen, wie KMU Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor nutzen können und welche Chancen sich daraus ergeben. Erfolgsgeschichten aus der Praxis dürfen natürlich auch in dieser Ausgabe nicht fehlen. Wir stellen Ihnen inspirierende Unternehmerinnen und Unternehmer vor, die mit ihrer Leidenschaft und ihrem Durchhaltevermögen beeindruckende Ergebnisse erzielt haben. Lassen Sie sich von ihren Erfahrungen motivieren und inspirieren.

Ein weiteres Thema dieser Ausgabe ist die Personalentwicklung. In Zeiten des Fachkräftemangels ist es entscheidend, die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern und zu binden. Wir zeigen Ihnen, wie Sie Ihr Team stärken und Ihr Unternehmen damit auf Erfolgskurs bringen können. Neben diesen Themen werden wir auch über aktuelle rechtliche Entwicklungen, Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten sowie Tipps zur Unternehmensführung berichten. Wir möchten Sie ermutigen, sich aktiv in unsere Zeitung einzubringen. Teilen Sie Ihre Erfahrungen, Best Practices und Herausforderungen mit uns. «Erfolg» ist nicht nur eine Informationsquelle, sondern auch eine Plattform, auf der KMU sich vernetzen und voneinander lernen können.
Wir sind gespannt auf ein aufregendes Jahr 2024 und freuen uns darauf, Sie weiterhin auf Ihrem Weg zum Erfolg zu begleiten. Vielen Dank, dass Sie uns Ihr Vertrauen schenken.

Es grüsst Sie freundlich
Roland M. Rupp Präsident, Schweizerischer KMU Verband

Passwort für die Ausgabe 2024 2/3: **Gexares**
Und so können Sie die aktuelle sowie die bisherigen Ausgaben auch online anschauen:
1. Gehen Sie auf www.netzwerk-verlag.ch
2. Wählen Sie die Rubrik «Aktuelle Ausgabe»
3. Tragen Sie das oben genannte Passwort ein und klicken Sie auf (OK)

Inhalt

SKV Partner 4 – 5
Werbung 6 – 8
SKV Partner 9
Rechtsberatung 11, 13
Arbeit 14
Digital 15
Technik 16
Digital 17
Wirtschaft 18 – 20
Arbeit 21
Digital 22 – 23
Strategie 24 – 25
Interview 27 – 29
Arbeit 31
Aus- und Weiterbildung 32
Finanzen 33
Aus- und Weiterbildung 33 – 35
Digital 37
Mehrwertpartner 38
Finanzen 39
Gesundheit 40 – 41
Kommunikation 42
Veranstaltung 43, 45
Veranstaltungskalender 46
Impressum 46

10% Rabatt auf Krankenzusatzversicherungen für SKV-Mitglieder.

Jetzt profitieren und Rabatt sichern:
melden sich bei partner@slkk.ch, senden eine Bestätigung der SKV-Mitgliedschaft mit. Sie werden umgehend Ihre persönliche Offerte erhalten. Mehr Infos: slkk.ch/kollektivvertraege

SLKK VERSICHERUNGEN, Hofwiesenstrasse 370, CH-8050 Zürich, T 044 368 70 30, slkk.ch

Einführung elektronischer Signaturen:

SKV und Swisscom Trust Services schliessen Partnerschaft

Die Implementierung elektronischer Signaturen wird für Unternehmen immer wichtiger, insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU). Der Schweizerische KMU Verband (SKV) hat erkannt, dass elektronische Signaturen den Mitgliedern des Verbands dabei helfen können, ihre Arbeitsabläufe zu optimieren, die Sicherheit ihrer Geschäftsprozesse zu erhöhen und Unternehmensgeschäfte schneller abzuschliessen. Um dieses Ziel zu erreichen, hat der SKV eine Partnerschaft mit Swisscom Trust Services, einem führenden Anbieter von Vertrauensdiensten, geschlossen.

Die heutige Geschäftswelt fordert zu Recht nach Digitalisierung, Geschwindigkeit und Effizienz sind die Treiber, die elektronische Signatur das technische Vehikel, diesen Anforderungen gerecht zu werden.

Durch den Einsatz elektronischer Signaturen können Unternehmen:
1. den Verwaltungsaufwand reduzieren und sich auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren. Durch den Wegfall von physischen Papierdokumenten wird die Effizienz gesteigert, Kosten für Papier, Druck und Versand werden eingespart und Entscheidungsprozesse werden beschleunigt.
2. Die handschriftliche Signatur in vielen Fällen gemäss geltendem Recht elektronisch ersetzen und damit die Anforderungen an Integrität und Nachweisbarkeit sicherstellen.

Hierfür ist der Zertifizierungsdienst zertifiziert. Durch die Signatur wird dank der kryptographischen Eigenschaften die Unverfälschbarkeit sichergestellt. Eine Fälschung durch Cyberkriminelle ist damit nicht möglich. Die SKV erkennt den Wert dieser Technologie und möchte ihren Mitgliedern dabei helfen, die Vorteile der digitalen Transformation zu nutzen.

Herausforderung zusammen mit Swisscom Trust Services bewältigen

KMU, die den Schritt in die Digitalisierung starten, werden mit einer gewissen Komplexität von Herausforderungen bei der Implementierung neuer digitaler Technologien konfrontiert. Der SKV ist sich dessen bewusst und möchte seinen Mitgliedern helfen, diese zusammen mit der Swisscom Trust Services zu überwinden.

Durch die Partnerschaft mit Swisscom Trust Services kann der Verband seinen Mitgliedern eine kostengünstige und benutzerfreundliche Lösung bieten, um sofort digitale Geschäftsprozesse mit elektronischen Signaturen zu nutzen. Diese Partnerschaft ermöglicht eine nahtlose Integration elektronischer Signaturen in die bestehenden Systeme der Mitglieder.

Die Hauptfaktoren, die die Anwendungsmöglichkeiten vorantreiben, sind laut Euplio Di Gregorio und Mario Voge, dem Leiter des Bereichs Wachstumsmanagement bei Swisscom Trust Services, wie folgt:

«Die klassischen Anwendungsfälle sind HR (Personalverträge), formale Anträge bei Behörden, Ausschreibungen oder Einsprüchen sowie Lieferanten- und Einkaufsverträge. Jedes Unternehmen hat jedoch eigene spezialisierte Prozesse.»

Die Partnerschaft zwischen dem SKV und Swisscom Trust Services geht jedoch über den individuellen Nutzen hinaus. Sie leistet einen Beitrag zur umfassenden digitalen Transformation in der Geschäftswelt. Durch die Förderung der Einführung elektronischer Signaturen unterstützt der SKV den Übergang zu einer nachhaltigeren und papierlosen Wirtschaft. Diese Veränderung steigert nicht nur die operative Effizienz der Unternehmen, sondern trägt auch zur Reduzierung der Umweltauswirkungen traditioneller papierbasierter Prozesse bei.

Die Förderung der Adaption von elektronischen Signaturen durch den SKV zeigt deutlich sein Engagement für Innovation und Digitalisierung in der Geschäftswelt. Durch die Partnerschaft mit Swisscom Trust Services bietet der Verband seinen Mitgliedern eine Lösung, die ihnen hilft, die Vorteile der digitalen Transformation voranzutreiben und gleichzeitig die Kosten und Komplexität der Implementierung neuer Technologien zu minimieren. Der SKV erleichtert nicht nur die Einführung neuer Technologien, sondern trägt auch zu einer nachhaltigeren und effizienteren Geschäftsumgebung bei. Die elektronischen Signaturen sind ein mächtiges Werkzeug, um Unternehmen zu unterstützen und die Geschäftswelt in die digitalisierte Zukunft zu führen.

Seien Sie Vorreiter in dieser aufregenden Entwicklung! Wenn Sie daran interessiert sind von dieser innovativen Plattform zu profitieren, zögern Sie nicht und melden Sie sich jetzt bitte hier:
Schweizerischer KMU Verband
Bösch 43 · 6331 Hünenberg
euplio.digregorio@kmuverband.ch

Swisscom Trust Services AG
Konradstrasse 12 · 8005 Zürich
trustservices.swisscom.com

Die Pensionskasse des schweizerischen KMU Verbandes: Noventus Pensionskassen

Die Pensionskasse, ein notwendiges Übel oder «übelst» wichtig?
Pensionskassen spielen eine wichtige Rolle für Unternehmen, da sie den Mitarbeitenden nebst der Risikoabsicherung bei Invalidität oder Tod eine stabile Altersvorsorge bieten können. Darüber hinaus bieten Pensionskassen den Unternehmen auch steuerliche Vorteile. In der Schweiz können Unternehmen ihre Beiträge zur Pensionskasse als Betriebsausgaben abziehen, was zu einer Reduzierung der Steuerbelastung führt.

Die Bedeutung für die Mitarbeitenden
Nebst einem guten Arbeitsklima, moderner Infrastruktur im Unternehmen kann ein überobligatorischer Ausbau der beruflichen Vorsorge mittels individuell angepassten Vorsorgeplänen, mit Wahlplänen und/oder zusätzlichen Kaderplänen für Mitarbeiter äusserst attraktiv sein. Solche Massnahmen erhöhen die finanzielle Sicherheit sowohl bei Invalidität und Tod wie auch im Ruhestand und tragen stark zur Mitarbeiterbindung bei.

Bei individuell angepassten Vorsorgeplänen können Invaliden-, Hinterlassenen- und Kinderrenten individuell an die Bedürfnisse der Mitarbeitenden angepasst werden und zum Beispiel mit höheren Sparsätzen für das Alter ergänzt werden. Auch nur das eine oder das andere ist natürlich möglich.

Mit Wahlplänen ist es möglich, die Mitarbeitenden zu mehr Altersparen zu motivieren – was auch eine höhere steuerliche Entlastung für diese mit sich bringt. Denn Beiträge in die Pensionskasse sind einkommenssteuerfrei. So können Arbeitnehmende entscheiden, ob sie statt einem Anteil von beispielsweise 40% der Basis-Sparprämie 45% oder 50% an diese Sparprämie beisteuern wollen.

Bei Lösungen für Kader können Unternehmen die höheren Löhne, welche über die obligatorischen Limiten hinausgehen, entweder gleich oder punktuell mitversichern. Auch reine Sparlösungen zur Äufnung von Alterssparkapital sind hier möglich wie auch zusätzliche Todesfallkapitalien. Gut abgesicherte Mitarbeitende sind zufriedene Mitarbeitende fühlen sich stärker ans Unternehmen gebunden und sind weniger wechselfreudig.

Die Bedeutung für das Unternehmen
In Bezug auf die Bedeutung für Unternehmen tragen gut aufgesetzte Vorsorgelösungen dazu bei, qualifizierte Mitarbeiter anzuziehen und langfristig zu binden. Eine solide Risiko- und Altersvorsorge ist ein attraktives Benefit-Paket, das Unternehmen nutzen können, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Mitarbeiter, die sich um ihre finanzielle Zukunft sorgen müssen, sind oft weniger motiviert und könnten das Unternehmen möglicherweise verlassen, um bessere (Vorsorge-) Bedingungen zu finden.

Neben diesen Vorteilen für die Mitarbeitenden, können auch Unternehmen erheblich von der Nutzung des Gestaltungsspielraumes ihrer Pensionskassenlösung profitieren. Diese haben auch steuerliche Vorteile für die Unternehmen:

Beiträge an die Pensionskasse sind steuerlich absetzbar und können dadurch die Steuerlast des Unternehmens reduzieren. Hier kommt die Arbeitgeber-Beitragsreserve ins Spiel. Mit dieser können Unternehmen ihren Anteil der Prämie in besonders guten Jahren vorfinanzieren und ihre Steuerbelastung entsprechend reduzieren. Und in gewinnschwachen Jahren ihre Prämien aus dieser Reserve finanzieren.

Bringen Sie frischen Wind in Ihre berufliche Vorsorge, wir unterstützen Sie gerne dabei! Sprechen Sie uns direkt an:

Christian Leu
Region Zürich & Ostschweiz
Telefon 076 480 77 32 · christian.leu@noventus.ch

Bruno Schenk
Region Nordwestschweiz
Telefon 079 447 03 08 · bruno.schenk@noventus.ch

Michael Reinle
Region Westschweiz
Kanton BE, FR, LU, OW & NW
Telefon 079 239 93 70 · michael.reinle@noventus.ch

Noventus Pensionskassen: Frischer Wind für Ihre 2. Säule
Grundstrasse 18 · 6343 Rotkreuz
Telefon 041 798 11 77 · www.noventus.ch

Lehrkräftemangel in der Schweiz? Muss nicht sein

Kampagne auf einer digitalen Plakatwand in St. Gallen.

«Heute den Werbetreibenden von morgen zeigen, wie Werbung geht» – Ein Slogan, der Teil der Kampagne gegen Lehrkräftemangel hätte sein können und der hier wunderbar passt. Denn die Kampagne, die im letzten Herbst in der ganzen Schweiz ausgespielt wurde und die Attraktivität des facettenreichen Berufsbilds «Lehrer*in» in der breiten Öffentlichkeit steigern soll, war äusserst gute Werbung. Zusammen mit der Berner Agentur KARGO Kommunikation GmbH durfte Goldbach Regional, der neu gegründete Bereich von Goldbach mit Fokus auf KMU-Werbung, die Ansprüche und Bedürfnisse von zwölf kantonalen Bildungsdirektionen in einer erfolgreichen Kampagne umsetzen.

Im Interview sprechen Sandro Bürgi, Sales Director und stv. Managing Director von Goldbach Regional, und Roman Sterchi, Senior Berater bei KARGO, über die Zusammenarbeit, die Herausforderungen und das Resultat.

1. Roman, Sandro, herzliche Gratulation zu einer gelungenen Kampagne. Erzählt, wie kam die Zusammenarbeit zwischen den Bildungsdirektionen, KARGO und Goldbach zustande?

Roman Sterchi: Ursprünglich lancierten wir die Kampagne 2020 für den Kanton Bern. 2023 entschieden elf weitere Kantone, sich der Kampagne anzuschliessen, womit aus einer regionalen eine nahezu schweizweite Kampagne entstand. Die Zusammenarbeit mit Goldbach ergab sich auch aus gemeinsamen Projekten in der Vergangenheit.

Sandro Bürgi: Genau, wir durften bereits in der Vergangenheit erfolgreiche Kampagnen mit KARGO umsetzen. Und was für uns als Werbevermarkter sprach: Wir konnten KARGO passend zur Kampagnenauslegung eine 360-Grad-Betreuung über all unsere Mediagattungen anbieten.

2. Dazu kommen wir gleich. Zuerst zur Ausgangslage: Hinter der Kampagne stehen zwölf Bildungsdirektionen mit verschiedenen Ansprüchen, Zielgruppen, Budgets etc. Das klingt herausfordernd?

Roman: Herausfordernd, ja, aber in erster Linie unglaublich spannend. Als Berner Agentur kriegst du nicht oft die Chance, eine Kampagne auf diese Weise ausbauen zu können. Aber klar, die Bedürfnisse und die finanziellen Möglichkeiten der einzelnen Kantone waren extrem unterschiedlich. Zusammen mit Goldbach gelang es uns, Lösungen in der Kampagnenumsetzung zu entwickeln, die einerseits den individuellen Bedürfnissen gerecht wurden und andererseits sicherstellten, dass die Stärken der "Grossen" auch den "Kleinen" zugute kamen – wenn man so will also ganz nach dem schweizerischen Föderalismus.

3. Die Kampagne wurde mithilfe des Goldbach Booking Tools umgesetzt. Kannst du, Sandro, erklären, um was für ein Tool es sich hier handelt und wie wir uns das vorstellen dürfen?

Sandro: Dabei handelt es sich um ein Buchungstool für crossmediale Werbekampagnen, welches den Buchungsprozess enorm vereinfacht – und zwar von der Werbemittelkreation bis zum Live-Reporting. Im Fall unserer Kampagne hatten wir damit, trotz kurzer Vorlaufzeit, auf alle Herausforderungen die richtige Antwort und konnten eine programmatische Kampagne über diverse Gattungen aufsetzen. Dazu gehörten unter anderem DOOH, Video In- und Outstream, YouTube, Social Media

Roman Sterchi, Senior Berater bei KARGO und Sandro Bürgi Sales Director und stv. Managing Director von Goldbach Regional

und Print. Neben einem sehr effizienten Mediaeinkauf bot das Tool den Kantonen weitere Vorteile wie eine laufende Kampagnenoptimierung und ein transparentes Live-Reporting.

4. Also ist das Tool gerade für eine solch herausfordernde Kampagne die optimale Lösung?

Sandro: Und wie! Für diese Kampagne gab es ein paar Hundert verschiedene Werbemittel, die sich nochmals multiplizierten, weil jeder Kanton zusätzlich eigene Sujets einsetzte. All diese Werbemittel sollten nun auf den verschiedenen Kanälen zur richtigen Zeit und vor allem am richtigen Ort ausgespielt werden – unter Zeitdruck. Mit einer rein manuellen Umsetzung hätte dies einen massiven Aufwand von Ressourcen bedeutet. Dank unserem Booking Tool konnten wir diese Herausforderung elegant und effizient lösen. Dass wir es hinbekommen haben, ein Tool zu entwickeln, dass Umsetzungen in diesem Rahmen ermöglicht, darauf sind wir stolz.

5. Roman, könnt ihr das so bestätigen?

Roman: Absolut. Dank der Unterstützung durch Goldbach und das Goldbach Booking Tool konnten wir uns auf die komplexe Koordination der Werbemittelproduktion, die individuelle Kundenbetreuung und die grundlegende Mediastrategie konzentrieren.

**6. Erzählt uns mehr über das Resultat.
Könnt ihr bereits sagen, ob die Kampagne erfolgreich war?**

Roman: Das war sie. Was die absoluten Zahlen und die klassischen KPI betrifft, hat die Kampagne durchweg überdurchschnittlich abgeschnitten. Das erklärte Ziel der Kampagne, nämlich das Interesse am Beruf bei Jugendlichen zu steigern und Quereinsteiger*innen zu begeistern, lässt sich aber erst sagen, wenn wir die steigenden Anmeldungen an den Pädagogischen Hochschulen in direkten Zusammenhang mit der Kampagne bringen können. Doch war es uns vor allem wichtig, die Leute zu inspirieren, die erfüllenden und sinnstiftenden Facetten des Berufs zu vermitteln sowie sein Image in das Licht zu rücken, das ihm zusteht und so zu erreichen, dass sich der eine oder die andere tatsächlich für eine Karriere als Lehrer*in entscheidet. Das tut die Kampagne mit ihren emotionalen Aussagen sehr gut, wie ich finde.

Sandro: Das kann ich nur bestätigen, und zwar für alle Gattungen. Insgesamt lieferten wir – ohne Print – während zwei Wochen in allen Kantonen knapp 30 Millionen Impressionen aus. Die Klickrate der Video Ads lag massiv über dem Benchmark, auf den sozialen Medien generierte die Kampagne Tausende von Interaktionen und auf den digitalen Bildschirmen konnten wir um mehr als 30% überliefern.

Fortsetzung auf Seite 8

7. Und die Bildungsdirektionen? Wie zufrieden waren sie? Wird's eine Folgekampagne geben?

Roman: Ich habe von den Direktionen ein sehr gutes Feedback erhalten. Insbesondere waren sie dankbar, dass sie die Gelegenheit hatten, mit der ursprünglichen Kampagne aus Bern quasi eine «fertige Kampagne» einkaufen zu können. Und ja, im Frühling 2024 startet die Kampagne in eine zweite Welle. Ob wir sie in dieser Zusammenstellung noch einmal wiederholen, bleibt offen und zeigt sich vielleicht, wenn wir die finalen Resultate den Bildungsdirektionen präsentieren.

8. Wir sind gespannt. Nun zur abschliessenden Frage. Diese Kampagne hat gezeigt, dass mit dem Goldbach Booking Tool sehr komplexe Kampagnen umsetzbar sind. Wie schaut's aus mit kleineren Kampagnen?

Sandro: Eigentlich ist das Tool prädestiniert für kleinere Kampagnen. Hier rede ich von einem Werbebudget ab CHF 500.– Werbemittelkreation und ein transparentes Live-Reporting inklusive. Unsere oberste Priorität haben KMU, die wir mit unserer Erfahrung in Sachen Werbung unterstützen können, damit sie weiterhin Zeit für ihr Kerngeschäft haben. Ihre Möglichkeiten mit dem Tool beinhalten dabei klassische Online Ads und Videowerbung auf Premium-Websites, Social Media wie Facebook, Instagram, TikTok und sogar Printinserate. So haben Klein- und Mittelunternehmen die Chance, auch mit begrenztem Budget und ohne vertieftes Wissen in Sachen Werbung effektive, crossmediale Kampagnen in ihrer Region zu schalten.

Mehr über die Kampagne erfahren:

Beispiele der Werbemittel aus der Kampagne (hier aus den Kantonen Bern und Zürich).

GOLDBACH

Goldbach Group AG
Seestrasse 39 · 8700 Küsnacht · Telefon 031 330 37 67
sandro.buergi@goldbach.com · www.goldbach.com

Krankenkassen-Zusatzversicherungen 10% Rabatt für SKV-Mitglieder

Möchten Sie als Arbeitgeber attraktive Lohnnebenleistungen bieten? Mit dem Kollektivvertrag der SLKK VERSICHERUNGEN ermöglichen Sie Ihren Mitarbeitenden vergünstigte Krankenkassenzusatzversicherungen abschliessen zu können. Diese Möglichkeit haben Sie auch als Verein: Offerieren Sie Ihren Mitgliedern die Versicherungen der SLKK zu vorteilhaften Konditionen.

Ihre Vorteile:

Komplettes Versicherungsangebot
Ihre Mitarbeitenden oder Vereinsmitglieder können die Versicherungsdeckung frei nach ihren Bedürfnissen zusammenstellen und profitieren dabei von den attraktiven Modellen in der Grundversicherung und von den vielfältigen Möglichkeiten der Zusatzversicherungen.

Rabatte auf Zusatzversicherungen
SKV-Mitglieder profitieren auf den Zusatzversicherungen «QualiCare», «Medico-Plus» und den Spitalzusatz-Versicherungen von 10% Prämienrabatt. Sie helfen Ihren Mitarbeitenden oder Ihren Mitgliedern, das persönliche Haushaltsbudget zu entlasten – ohne dass es Sie als Unternehmen oder Verein finanziell belastet.

Familienangehörige profitieren
Familienangehörige inklusive im selben Haushalt lebende Personen können sich ebenfalls mitversichern und kommen so in den Genuss der Prämienrabatte.

Keine administrativen Umtriebe
Sichern Sie sich Ihren Rabatt und geniessen Sie eine noch bessere Gesundheitsvorsorge: Zusatzversicherungen ermöglichen eine noch bessere Gesundheitsvorsorge, so können Sie die Leistungen der Grundversicherung nach Ihren Wünschen ergänzen und Deckungslücken schliessen. Als SKV-Mitglied können Sie sich telefonisch unter 044 368 70 30 oder per eMail partner@slkk.ch direkt bei der SLKK melden.

Erfahren Sie mehr über die SLKK
Die KRANKENKASSE SLKK und SLKK VERSICHERUNGEN hat ihren Sitz im Raum Zürich und macht ihre Versicherten fit für alles, was das Leben bringt. Mit vernünftiger, persönlicher Beratung «von Mensch zu Mensch» – und das schon seit 1918.

Das Wichtigste in Kürze:
Versichert wie in der Einzelversicherung – jedoch mit 10% Rabatt auf Krankenzusatzversicherungen für Ihre Mitarbeitenden und / oder Vereinsmitglieder, wie im gleichen Haushalt lebenden Personen.

SLKK

vernünftig versichert: die ehemalige Schweizerische Lehrerkrankenkasse

KRANKENKASSE SLKK · SLKK VERSICHERUNGEN
Hofwiesenstrasse 370 · 8050 Zürich
Zentrale 044 368 70 60 · partner@slkk.ch · slkk.ch

Das #1 Qualitätslabel für Schweizer KMU
Steigern Sie Ihren Umsatz mit digitalem Vertrauen.
kundenversprechen.ch
Trust Is Everything
Jetzt kostenlos registrieren!

Die Bedeutung des Controllings für Kleinunternehmen

Michele Imobersteg, Wirtschaftsjurist, vertritt die rechtlich relevanten Interessen der Mitglieder des Schweizerischen KMU Verbands

Das Controlling, oft als „Unternehmenssteuerung" übersetzt, spielt eine entscheidende Rolle für Unternehmen jeder Grösse, somit auch für Kleinstunternehmen. Auch diese sollten sich intensiv mit diesem Thema auseinandersetzen, um langfristigen finanziellen Erfolg sicherzustellen. Dieser Bericht erklärt, was Controlling bedeutet, warum es für Kleinunternehmen relevant ist und welche Risiken entstehen können, wenn die grundlegenden Controlling-Grundsätze nicht beachtet werden.

Was ist Controlling?
Diese Frage lässt sich auch negativ beantworten: Controlling ist nicht Kontrolle. Denn Kontrolle steht eher mit Prozessen in Verbindung, welche schon erfolgt und vielfach nicht umkehrbar sind. Hingegen ist Controlling ein betriebswirtschaftlicher und rechtlicher systematischer Prozess, der darauf abzielt, Unternehmensziele zu setzen, zu überwachen und zu erreichen. Es beinhaltet die Planung, Steuerung und in die Zukunft gerichtete Kontrolle sämtlicher unternehmerischer Aktivitäten. Ziel ist es, Ressourcen effizient zu nutzen und so den Unternehmenserfolg nachhaltig zu steigern. Controlling umfasst verschiedene Teilbereiche wie Finanz-, Personal- und Prozesscontrolling, immer unter Beachtung rechtlicher Grundsätze. Das Jahr beginnt also mit einer Umsatz-, Liquiditäts- und/oder Planerfolgsrechnung. Je spärlicher diese Unterlagen sind, desto mehr herrscht das Bauchgefühl vor. Im Falle eines Liquiditätsengpasses ist es daher sinnvoll zu wissen, wie dieser entstanden ist und wie er behoben werden kann. Vielleicht ist es die schwindende Marge. Dann ist es an der Zeit, das Geschäftsmodell rechtzeitig zu überdenken.

Muss ich Controlling machen?
Ja. Artikel 716a des Obligationenrechts richtet sich an alle Personen, die am Geschäftsverkehr teilnehmen. Hier sind die nicht übertragbaren Aufgaben des Verwaltungsrats aufgeführt. Hierzu gehört beispielsweise die Oberleitung, also Geschäftsführung der Gesellschaft und die Erteilung der nötigen Weisungen. Will der Verwaltungsrat Geschäftsleitungsfunktionen oder Teile davon an einen dedizierten Geschäftsführer übertragen, so hat er dies grundsätzlich im Rahmen eines Organisationsreglements zu tun. Trotz dem unermüdlichen Einsatz eines Geschäftsführers ist der Verwaltungsrat gehalten, die unten stehenden Controlling Aufgaben wahrzunehmen.

Warum ist Controlling für Kleinunternehmen wichtig?
Selbst für Kleinunternehmer ist Controlling unverzichtbar. Oftmals wird der Irrglaube vertreten, dass Controlling nur für grosse Unternehmen relevant sei. Doch gerade in kleinen Betrieben, in denen Ressourcen begrenzt sind, kann effektives Controlling den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg ausmachen. Hier sind drei Gründe, warum sich Kleinunternehmer mit Controlling auseinandersetzen sollten:
1. Effiziente Ressourcennutzung: Kleinunternehmen verfügen oft über begrenzte finanzielle Mittel. Controlling hilft, diese Mittel optimal einzusetzen, Kosten zu minimieren und somit die Rentabilität zu steigern. Beispiel: Firmenfahrzeuge, die unbenutzt auf dem Parkplatz stehen, können den Jahresgewinn massgeblich schmälern. Selbstverständlich weiss der Patron aus dem Bauch heraus, wieviele und welche Fahrzeuge gebraucht werden. Eine Berechnung der zu fahrenden Kilometer in Verbindung mit einer Amortisationsrechnung und der notwendigen Versicherungen dürfte das finanzielle Risiko optimieren.
2. Frühzeitige Erkennung von Entwicklungen: Durch regelmässiges Controlling können frühzeitig positive oder negative Entwicklungen im Unternehmen erkannt werden. Dies ermöglicht rechtzeitige Anpassungen und verbessert die Flexibilität gegenüber Marktveränderungen. Beispiel: In bestimmten Branchen ist Fachpersonal kaum zu finden. Und trotzdem werden Investitionen in Maschinen getätigt, weil ein Überhang an Aufträgen besteht.
3. Zielgerichtete Unternehmenssteuerung: Controlling ermöglicht es, klare Ziele zu setzen und den Fortschritt regelmässig zu überprüfen. Dies schafft Transparenz und fördert die langfristige Ausrichtung des Unternehmens. Es sei an dieser Stelle empfohlen, gerade jetzt am Anfang des Jahres sich Ziele zu setzen. Mit hoher Wahrscheinlichkeit werden diese erreicht werden, denn selbstredend werden auch die entsprechenden finanziellen und personellen Ressourcen bereitgestellt. Und wenn man das Ziel Ende des Jahres nicht erreich, so hat man wenigstens eine Grössenordnung in Bezug auf die verpassten Chancen.

Was passiert, wenn Controlling-Grundsätze vernachlässigt werden?
Das Vernachlässigen grundlegender Controlling-Grundsätze kann für Kleinunternehmer schwerwiegende Konsequenzen haben. Hier sind einige Risiken, die auftreten können, wenn Controlling nicht angemessen betrieben wird:
Finanzielle Instabilität: Ohne eine genaue Finanzplanung und -kontrolle besteht die Gefahr von Liquiditätsengpässen. Kleinunternehmen könnten Schwierigkeiten haben, ihre finanziellen Verpflichtungen zu erfüllen, was langfristig zu Insolvenz führen kann.
Mangelnde Wettbewerbsfähigkeit: Ein fehlendes Controlling kann dazu führen, dass man Marktveränderungen nicht rechtzeitig erkennt und darauf reagiert. Dies beeinträchtigt die Wettbewerbsfähigkeit und könnte dazu führen, dass das Unternehmen beispielsweise von (internationalen) «Webshops» überholt wird.
Fehlende Transparenz und Steuerung: Ohne Controlling fehlt die notwendige Transparenz über Unternehmensprozesse und -ergebnisse. Dies erschwert eine gezielte Steuerung des Unternehmens und kann zu ineffizienten Abläufen führen.

meinJurist
Orientierung. Sicherheit.

meinJurist GmbH
Klostergutstrasse 4 · 8252 Altparadies
Badstrasse 50 · 5200 Brugg
Telefon 079 430 50 71
www.meinJurist.ch

So leicht ist Rechnung.

eBill

Rechnungen jetzt direkt im E-Banking erhalten und bezahlen.

eBill ist die digitale Rechnung für die Schweiz. Dadurch erhalten Sie Ihre Rechnungen nicht mehr per Post oder E-Mail, sondern direkt im E-Banking – genau dort, wo Sie diese auch bezahlen. Mit wenigen Klicks Rechnungen prüfen und bezahlen, während Sie stets die vollständige Kontrolle behalten.

Aktuell setzen rund 3 Millionen Schweizer Rechnungsempfängerinnen und -empfänger auf eBill. Wechseln jetzt auch Sie auf die digitale Rechnung der Schweiz und machen dadurch Ihr Leben ein wenig leichter.

eBill.ch

eBill. Die digitale Rechnung für die Schweiz.

Einzigartigkeit kennzeichnen – Erkennungswert schaffen

Eine Marke ist oftmals das entscheidende Erkennungszeichen eines Unternehmens und kann die Identität sowie die Einzigartigkeit von Produkten und Dienstleistungen des Unternehmens schützen. Doch worauf sollte bei einer Markenanmeldung genau geachtet werden, um den richtigen Schutz für die eigenen Waren und/oder Dienstleistungen zu erlangen?

Eine clevere Geschäftsidee, eine Firmengründung, eine Erweiterung des Dienstleistungsangebots und/oder neue Produktentwicklungen können mit der Schaffung von neuen Namen, ansprechenden Slogans und/oder Logos einhergehen. Es ist empfehlenswert, sich bereits in einer frühen Phase des Prozesses mit dem Thema des Markenschutzes auseinanderzusetzen, um keine bösen und teuren Überraschungen zu erleben.

Warum vor einer Markenanmeldung und Schaffung neuer Erkennungszeichen recherchiert werden sollte

Eine Marke kann in der Regel schnell angemeldet werden. Wer jedoch zuvor auf eine Recherche verzichtet hat, kann möglicherweise Schutzrechte von Dritten verletzten und eine Verletzungsklage riskieren. Ferner kann die eigene Marke bei erfolgreichem Widerspruch des älteren Markeninhabers verloren gehen. Dies kann eine Änderung des eigenen Markenauftritts erforderlich machen. Von Amtswegen werden bei einer Einreichung eines Markengesuchs beim IGE, dem Institut für Geistiges Eigentum, die sogenannten «absoluten Ausschlussgründe» nach Art. 2 MSchG geprüft. Hierbei untersucht das IGE, u.a. ob die angemeldeten Zeichen dem Gemeingut angehören, gegen die öffentliche Ordnung verstossen, beschreibende Angaben oder irreführende und täuschende Zeichen vorliegen. Nicht geprüft wird die Verwechselbarkeit der neu angemeldeten Marke mit älteren Schutzrechten Dritter. Das IGE prüft demnach nicht, ob ältere Schutzrechte von Dritten der neuen Marke entgegenstehen. Somit kann es im Zweifelsfall zu einer erfolgreichen Markeneintragung kommen, welche kurz darauf durch denjenigen Dritten mit dem älteren Schutzrecht angegriffen wird.

Details zur Markenanmeldung

Es gibt viele unterschiedliche Markentypen. So können beispielsweise Wörter, Slogans oder Buchstaben- und/oder Zahlenkombinationen mit einer reinen Wortmarke geschützt werden. Der Inhaber ist damit in der farblichen und gestalterischen Ausführung seiner Marke vollkommen frei. Bildliche Darstellungen, wie beispielsweise Logos, können mit einer Bildmarke geschützt werden.

Ferner kann eine Kombination als Wort-/Bildmarke mit oder ohne Farbanspruch angemeldet werden. Darüber hinaus gibt es noch dreidimensionale Marken, akustische Marken, Positionsmarken, Farbmarken, Bewegungsmarken und Hologrammmarken.

Bei einer Markenanmeldung muss stets angegeben werden, in welchen Waren- und Dienstleistungsklassen Schutz begehrt wird. Die Klasseneinteilung erfolgt nach der sogenannten Nizza-Klassifikation und umfasst insgesamt 45 Klassen, welche sehr detailliert einzelne Waren- und Dienstleistungen beschreiben. Standardmässig sind in den Amtsgebühren für eine Schweizer Markenanmeldung drei Klasse inklusive. Weitere Klassen können kostenpflichtig hinzugefügt werden.

Wurde eine Marke erfolgreich eingetragen, so verleiht der Markenschutz dem Inhaber ein ausschliessliches Recht, seine Marke zur Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen zu gebrauchen, für die zuvor Schutz beansprucht wurde. Der Markeninhaber kann Dritten verbieten, ein identisches oder ähnliches Zeichen für die gleichen Waren- und Dienstleistungen zu gebrauchen.

5 wichtige Fakten zum Thema Markenschutz:

1. Vor der Markenanmeldung sollte mit einer Recherche geprüft werden, ob Rechte von Dritten verletzt werden könnten. Die Verwechselbarkeit der neu angemeldeten Marke mit älteren Schutzrechten Dritter wird von Amtswegen nicht geprüft.

2. Durch den Eintrag ins Handelsregister ist der Firmenname eines Unternehmens nicht automatisch als Marke geschützt. Der Schutz entsteht erst bei Eintragung ins Markenregister. Somit kann eine Marke eine sinnvolle Ergänzung sein, um auch die Bezeichnungen von Produkten und/oder Dienstleistungen des Unternehmens zu schützen.

3. Die Zeichen dürfen nicht beschreibend sein und nicht dem Gemeingut angehören. So kann beispielsweise keine Marke mit dem Wort «VELO» für Fahrräder angemeldet werden.

4. Die Schutzdauer einer Marke beträgt zehn Jahre, kann jedoch beliebig oft für jeweils weitere zehn Jahre verlängert werden.

5. Eine Markenanmeldung auf Vorrat ist nicht lohnenswert, denn die Marke muss auch gebraucht werden. Wird die Marke nicht gebraucht, riskiert man fünf Jahre nach der Eintragung einen Verlust der Marke wegen Nichtgebrauchs.

Was ist Ihr Markenzeichen? Haben Sie es bereits geschützt? Ein Blick ins Markenregister lohnt sich und kann viel Aufschluss über bereits existierende sowie gelöschte Marken bieten: **www.swissreg.ch**

Zander & Lenz
Patente | Marken | Designs

Zander & Lenz GmbH
Centralstrasse 34 · 6210 Sursee · Telefon 041 508 17 89
info@zanderlenz.ch · www.zanderlenz.ch

Was sind die Vorteile einer positiven Unternehmenskultur?

Eine Unternehmenskultur ist die Gesamtheit der Werte, Normen, Überzeugungen und Verhaltensweisen, die in einem Unternehmen vorherrschen. Sie wird von den Mitarbeitern, Führungskräften und dem Management des Unternehmens geprägt.

Eine positive Unternehmenskultur hat zahlreiche Vorteile für Unternehmen und Mitarbeiter. Zu den wichtigsten Vorteilen gehören:
Motivation und Engagement der Mitarbeiter: Mitarbeiter, die sich in ihrem Unternehmen wohlfühlen und mit den Werten und Zielen des Unternehmens identifizieren, sind motivierter, produktiver und engagierter.
Innovation und Kreativität: Eine positive Unternehmenskultur fördert ein kreatives und innovatives Umfeld. Mitarbeiter fühlen sich ermutigt, neue Ideen zu entwickeln und diese einzubringen.
Kundennähe: Eine positive Unternehmenskultur fördert eine positive Kundenerfahrung. Mitarbeiter, die sich in ihrem Unternehmen wohlfühlen, sind motivierter, Kundenservice auf höchstem Niveau zu bieten.
Führungsqualität: Eine positive Unternehmenskultur schafft ein Umfeld, in dem Führungskräfte erfolgreich sein können. Sie bietet Orientierung und Sicherheit und fördert die Zusammenarbeit und Kommunikation.
Reputation und Image: Eine positive Unternehmenskultur trägt zu einem guten Ruf und Image des Unternehmens bei. Sie macht das Unternehmen für Kunden, Mitarbeiter und Investoren attraktiver.

Folgende Beispiele zeigen die Vorteile einer positiven Unternehmenskultur:
- Ein Unternehmen mit einer starken Kundenorientierung hat eine Unternehmenskultur, die den Fokus auf die Bedürfnisse der Kunden legt. Mitarbeiter in diesem Unternehmen sind motiviert, Kundenwünsche zu erfüllen und eine positive Kundenerfahrung zu bieten. Dies führt zu zufriedeneren Kunden und einem höheren Umsatz.
- Ein Unternehmen mit einer innovativen Unternehmenskultur fördert Kreativität und Innovation. Mitarbeiter in diesem Unternehmen sind ermutigt, neue Ideen zu entwickeln und diese einzubringen. Dies kann zu neuen Produkten, Dienstleistungen oder Geschäftsmodellen führen, die dem Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.
- Ein Unternehmen mit einer wertschätzenden Unternehmenskultur fördert ein gutes Arbeitsklima. Mitarbeiter in diesem Unternehmen fühlen sich wertgeschätzt und respektiert. Dies führt zu einer höheren Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung. Die Unternehmenskultur ist ein enorm wichtiger Faktor für den Erfolg eines Unternehmens. Sie sollte daher bewusst gestaltet und gepflegt werden.

Was versteht man unter Unternehmenskultur-Management?
Unternehmenskultur-Management ist die systematische Gestaltung und Entwicklung der Unternehmenskultur. Es umfasst alle Massnahmen, die darauf abzielen, die geteilten Werte, Normen und Verhaltensweisen innerhalb eines Unternehmens zu beeinflussen. Ziel des Unternehmenskultur-Managements ist es, eine Unternehmenskultur zu schaffen, die den Unternehmenszielen und -werten entspricht und die Mitarbeiter motiviert und fördert. Eine gute Unternehmenskultur wirkt sich positiv auf vielen Bereiche aus.

Die wichtigsten Elemente des Unternehmenskultur-Managements sind:
Vision und Werte: Die Vision und die Werte des Unternehmens bilden die Basis für die Unternehmenskultur. Sie sollten klar und verständlich kommuniziert und von allen Mitarbeitern geteilt werden.
Personalmanagement: Das Personalmanagement ist ein wichtiger Baustein des Unternehmenskultur-Managements. Es umfasst Massnahmen wie die Auswahl und Einstellung von Mitarbeitern, die Ausbildung und Entwicklung von Mitarbeitern sowie die Kommunikation und Partizipation der Mitarbeiter.
Führungsverhalten: Das Führungsverhalten hat einen großen Einfluss auf die Unternehmenskultur. Führungskräfte sollten ein Vorbild sein und die Werte des Unternehmens vorleben. Dazu gehört auch, die momentanen Führungs- und Entscheidungsstrukturen zu überdenken und in vielen Bereichen die Prozesse demokratischer zu gestalten. Im ersten Moment mag das nach mehr Zeitaufwand klingen, aber wenn das richtig gelebt wird, werden sehr viele nützliche Inputs kommen und vor allem werden Entscheidungen von allen Beteiligten verstanden, akzeptiert und gelebt.
Unternehmenskultur-Management ist ein kontinuierlicher Prozess, der an die sich ändernden Anforderungen des Unternehmens angepasst werden muss. Dazu braucht es einen Unternehmenskultur-Manager, die diesen Prozess fördert und überwacht.

Am effizientesten werden dafür zuerst folgende Massnahmen mit externer Begleitung von erfahrenen Profis abgearbeitet:
- **Die Entwicklung einer Unternehmenskulturstrategie:** In einer Unternehmenskulturstrategie werden die Ziele und Massnahmen des Unternehmenskultur-Managements definiert.
- Die Durchführung von Kulturaudits. Sie dienen dazu, die aktuelle Unternehmenskultur zu analysieren und zu bewerten.
- Die Einführung von Kulturmassnahmen. Das können zum Beispiel Schulungen, Workshops, Teambuilding-Events oder Kommunikationskampagnen sein.

Wenn die Unternehmenskultur stimmt, nach dem Motto «Tue Gutes und rede darüber», dann strahlt das nach innen und nach aussen. Menschen sind emotionell und ihre Entscheidungen werden häufiger von Gefühlen als von Fakten beeinflusst. Darum ist die Unternehmenskultur-Management eine wichtige Aufgabe des Managements. Eine gut gestaltete Unternehmenskultur kann einen entscheidenden Beitrag zum Erfolg des Unternehmens leisten.
Wollen wir gemeinsam besprechen, wie Sie Ihre Unternehmenskultur sichtbar und erlebbar machen und Sie sich damit einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil verschaffen?

www.valueboarding.ch · Bernhard Seiffert

ZERTIFIZIERTE VALUE BOARDING ARBEITGEBER-MARKE

NOSUF OSTSCHWEIZER UNTERNEHMERFORUM

Business-Software von KUMAVISION – der Erfolgsfaktor für Ihr Unternehmen

Stärken Sie mit Business-Software von KUMAVISION Ihre Wettbewerbsfähigkeit! Sichern Sie mit unseren Lösungen die Zukunft Ihres Unternehmens und reagieren Sie auf aktuelle Herausforderungen wie dynamische Märkte, starken Kostendruck, fragile Lieferketten, internationale Konkurrenz sowie den anhaltenden Fachkräftemangel.

Branchenlösungen bilden seit vielen Jahren die DNA der KUMAVISION. Wir fokussieren uns auf bestimmte Branchen. Wir machen nicht alles, aber was wir machen, machen wir richtig. Als Kunde profitieren Sie direkt von unseren langjährigen Investitionen, da Sie eine ausgereifte Lösung erhalten, die Ihnen schnell Mehrwerte für ihr Business bietet. Wir sind als ERP-Anbieter bekannt und gross geworden, haben aber in den letzten Jahren unser Portfolio stark ausgebaut. Heute zählen wir mit mehr als 900 Mitarbeitenden zu den wenigen Microsoft-Partnern, die die gesamte Microsoft-Technologieplattform Dynamics 365 von ERP und CRM für Vertrieb, Marketing und Service über Business Intelligence bis zu Workflow-Automatisierung, Teams sowie IoT und KI abdecken.

Nachhaltige Prozessverbesserung

Die KUMAVISION-Branchenlösungen verfolgen konsequent den Best-Practice-Ansatz. Jede Lösung bringt zahlreiche branchenspezifische Funktionen, Workflows und Auswertungen mit, so dass aufwendige Anpassungen entfallen. Sie bündeln das Beste aus über 2.500 Software-Projekten und haben sich in der Praxis erfolgreich bewährt. Ihr Nutzen: ebenso stabile wie effiziente Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette.
Unsere SaaS-Lösungen gibt es für:

- Auftrags-, Serien- und Projektfertiger (factory365)
- Grosshandel und Vermietung (trade365)
- Projektdienstleister, Architekten und Ingenieurbüros (project365)
- Medizintechnik (medtec365)
- Einzel- und Filialhandel (LS Central)

Schnelle Einführung mit SmartStart

Die SmartStart-Pakete von KUMAVISION vereinfachen und beschleunigen mit zahlreichen Templates und Vorlagen die Implementierung. Die Lösungen sind anwendergerecht vorkonfiguriert, Kunden können schnell produktiv arbeiten. Dienstleistungspakete mit einem klar definierten Leistungsumfang und transparenten Preisen machen die Projekteinführung sicher kalkulierbar. Da wir uns um den Betrieb, die Weiterentwicklung und die Wartung kümmern, profitieren SaaS-Kunden von einer nachhaltigen Entlastung der eigenen IT-Abteilung.

Einfache Skalierbarkeit

Die Kombination aus optimierten Prozessen und dem cloudbasierten Betreibermodell (SaaS) versetzt Kunden in die Lage, ihr Business schnell und einfach zu skalieren. Ohne aufwendige IT-Infrastruktur unterstützen wir das Wachstum, auch beim Aufbau neuer Standorte im In- und Ausland.

Hohe Agilität

Durch das SaaS-Betreibermodell und die damit verbundenen regelmässigen automatischen Updates arbeiten Unternehmen jederzeit mit einer aktuellen Software und erhalten direkten Zugriff auf neueste Technologien. Die einheitliche Datenbasis der Microsoft-Technologieplattform ermöglicht eine schnittstellenfreie Einbindung weiterer Applikationen und die Abbildung neuer Geschäftsmodelle.

Warum KUMAVISION?

Wir sind Ansprechpartner, Innovationstreiber, Experte und Berater, wenn es um den Erfolg, die Wettbewerbsfähigkeit und die Zukunftssicherheit Ihres Unternehmens geht! Mit zahlreichen Standorten in der Schweiz, Deutschland, Österreich und Italien sind wir auch in Ihrer Nähe.

KUMA VISION | ERP CRM DMS CLOUD

KUMAVISION AG
Stettbachstrasse 8 · 8600 Dübendorf
Telefon +41 44 578 50 30
schweiz@kumavision.com · www.kumavision.ch

Anpassen – aber nach Ihren Bedingungen!

Angesichts des Verbots von Leuchtstofflampen und dem schwindenden Vorrat an traditionellen Leuchtmitteln steht Ihr Unternehmen 2024 unweigerlich vor der Herausforderung, schnell und effizient auf nachhaltige Beleuchtung umsteigen zu müssen. LEDVANCE bietet eine unkomplizierte, kosteneffiziente und umweltfreundliche Lösung – damit Sie sich auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren können.

Das Importverbot von Leuchtstoffröhren wirkt sich in der Schweiz aufgrund begrenzter Lagerkapazitäten besonders schnell und spürbar aus. Mit dem Aufbrauchen der lokalen Bestände steht Ihnen bald die Entscheidung bevor, auf Alternativen umzusteigen. Doch welche Leuchtmittel sind kompatibel und welche ökonomisch sinnvollen Optionen gibt es? LEDVANCE hat für diese Herausforderungen und Fragen passende, flexible Lösungen entwickelt.

Lösung 1: Direkter Ersatz durch LED TUBES
Umverdrahten muss nicht immer sein: Innerhalb der beiden Produktfamilien LED TUBES T5 und T8 von LEDVANCE finden Sie unzählige Modelle, die Leuchtstofflampen einfach und direkt ersetzen. Sie können diese LED-Röhren ohne Umverdrahtung in bestehende Beleuchtungssysteme integrieren. Die LEDVANCE TUBES zeichnen sich zudem durch maximale Lumen-/Watt-Effizienz aus und verursachen dank ihrer langen Lebensdauer von bis zu 75 000 Stunden nahezu keine Wartungs- und Betriebskosten. Die Anschaffungs- und Wechselkosten amortisieren sich bereits nach vier Monaten.

Lösung 2: Jetzt aber DAL(L)I
Neben dem simplen Ersatz der Leuchtstoffröhren bietet das LED TUBE EXTERNAL SYSTEM DALI in wenigen Schritten spürbare Effizienz. Dieses System vereint T5- oder T8-LED-Röhren mit einem Multiwatt-DALI-2-Treiber, der die LED TUBES EXT dimmbar macht und zudem kinderleicht zu installieren ist. Die Dimmbarkeit ermöglicht eine präzise Lichtsteuerung, die den Energieverbrauch und somit Ihre Stromkosten erheblich senkt. Gleichzeitig verlängert die Anpassung der Lichtintensität die Lebensdauer Ihrer Leuchtmittel, was zu niedrigeren Wartungs- und Austauschkosten führt. Darüber hinaus werden bei der Umrüstung vorhandene Leuchtengehäuse und Verkabelungen weitergenutzt, lediglich die Komponenten werden ausgetauscht. Ein einfaches, aber wirkungsvolles Upgrade.

Lösung 3: Intelligent effizient
Für bestehende Lichtmanagementsysteme hat LEDVANCE durchdachte Lösungen entwickelt, die es ermöglichen, vorhandene Systeme bei der Umrüstung weiterhin zu nutzen. Dies bedeutet, dass Sie nicht nur von der hohen Effizienz der LED TUBES profitieren, sondern auch von der intelligenten Beleuchtung, die sich automatisch den Gegebenheiten anpasst und nur bei Bedarf aktiviert wird – ein Schlüsselfaktor für Energieeinsparungen und Kostensenkungen. Falls ein solches System nicht vorhanden ist, Sie sich aber mehr Unabhängigkeit von den volatilen Strompreisen wünschen, bietet LEDVANCE mit VIVARES ein optimal abgestimmtes und auf Energieeffizienz ausgerichtetes System an.

Sie fragen – wir helfen
Unabhängig von der Komplexität Ihrer Beleuchtungssituation, ob diese einzigartig, veraltet oder speziellen Ansprüchen unterliegt, bei LEDVANCE finden Sie Antworten auf all Ihre Fragen. Entweder direkt per Telefon oder über unser Online Tool zur Kompatibilitätsprüfung «Lamp Finder»: ledvance.ch/lampenfinder. Wir verstehen, dass Ihre Zeit kostbar ist und Ihre Prioritäten woanders liegen – lassen Sie uns die Beleuchtung für Sie regeln, damit Sie sich auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren können.

Sie wollen den unvermeidlichen Wechseln nach Ihren Bedingungen anpacken? Dann kontaktieren Sie uns noch heute und wir unterstützen Sie mit unserer Expertise:

Tilo Kropf
Telefon: +41 76 248 54 28
projects@ledvance.com

LEDVANCE

LEDVANCE AG
In der Au 6 · 8406 Winterthur
Telefon 052 525 29 92
kundenservice@ledvance.com
www.ledvance.ch

Datensilos aufbrechen: Wie Unternehmen Daten effizient nutzen

Foto: iStock.com

In einer zunehmend digitalisierten Welt sind Daten das wertvollste Gut eines Unternehmens. Doch allzu oft sind sie in sogenannten Datensilos gefangen, die damit zu einem entscheidenden Hindernis für effizientes Datenmanagement werden. Eine gezielte IT-Transformation unterstützt Unternehmen dabei, diese Silos aufzubrechen und die Daten unternehmensübergreifend auszutauschen

Datensilos sind abgeschottete Bereiche in der IT-Infrastruktur eines Unternehmens, in denen Daten isoliert gespeichert und verwaltet werden. In der Regel sind diese Daten nur für eine bestimmte Gruppe innerhalb des Unternehmens verfügbar, während der Rest keinen oder nur eingeschränkten Zugriff hat. Damit erschweren diese isolierten Bereiche die effiziente Nutzung und Integration von Daten im gesamten Unternehmen. Datensilos können absichtlich oder unabsichtlich entstehen. Absichtliche Datensilos sind jedoch eher selten und treten vor allem dann auf, wenn Compliance-Anforderungen erfüllt werden müssen. Unbeabsichtigte Datensilos entstehen in der Regel aufgrund organisatorischer und technischer Gegebenheiten.

Warum sind Datensilos ein Problem?
Datensilos sind ein Faktor, den Unternehmen aktiv angehen sollten, um zu verhindern, dass sie sich nach und nach negativ auf alle Arbeitsprozesse auswirken. Dazu kommt: Je grösser ein Unternehmen wird und je mehr Daten es sammelt, desto mehr verfestigen sich die Silos. Dies führt in verschiedenen Anwendungsfällen zu Problemen – angefangen bei der Datenanalyse über die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften bis hin zur Gewährleistung der Geschäftskontinuität.

Die Auswirkungen von Datensilos im Überblick:

- Datensilos verhindern eine umfassende Sicht auf das Unternehmen. Ohne ein vollständiges Verständnis der Geschäftsprozesse und der Performance haben Mitarbeitende lediglich begrenzten Einblick und können mögliche Verbesserungspotenziale nicht erkennen.
- Es findet keine teamübergreifende Zusammenarbeit statt. Anstatt gemeinsame Ziele zu verfolgen, halten Teams Daten zurück.
- Informationen in Datensilos sind schwer zugänglich. Mitarbeitende verbringen daher viel Zeit mit der Suche nach Informationen.
- Datensilos beeinträchtigen die Datenintegrität. Häufig existieren mehrere Versionen derselben Daten im Unternehmen, was Versionskontrollprobleme und ungenaue Reports nach sich zieht.
- Durch die Duplizierung von Daten an verschiedenen Orten verschwenden Unternehmen Speicherplatz und Geld.
- Datensilos sind anfälliger für Cyberangriffe, da die Daten unzureichend geschützt sind.

Datensilos für einen reibungslosen Austausch aufbrechen
Wo früher die Datenintegration unmöglich war oder einen immensen Aufwand erfordert hat, ermöglichen heute Tools und gezielte Massnahmen eine schnelle Informationsintegration und ein cleveres Datenmanagement. Die Einführung eines Dokumentenmanagementsystems (DMS) ermöglicht die zentrale Verwaltung von Daten sowie eine geordnete Ablage, Suche und Freigabe von Informationen.

Anstatt Dokumente in verschiedenen Ordnern auf dem Server zu organisieren, übernimmt das DMS die Zuordnung der Dokumente eigenständig. Mittels gemeinsamer Kriterien und automatisierter Klassifizierung und Verschlagwortung werden die Dokumente in digitalen Akten abgelegt. Dadurch sind sie anhand des Textinhalts und weiterer Begriffe wie der Dokumentenart leicht auffindbar.

Ein DMS setzt ausserdem auf eine Versionierung, wodurch sämtliche Änderungen an einem Dokument ausführlich dokumentiert und protokolliert werden. Auf diese Weise ist der Status eines Dokuments zu jeder Zeit für alle Parteien klar. Zusätzliche Notizen, beispielsweise Gesprächsprotokolle mit Kunden, können ebenfalls zum Dokument hinzugefügt werden.

Die Software kann individuell an die spezifischen Arbeitsprozesse eines Unternehmens angepasst werden und ganze Workflows abbilden. Dies ermöglicht beispielsweise die automatische Zuweisung einer Rechnung an das zuständige Team-Mitglied zur Freigabe nach Erhalt und danach an die Buchhaltung.

DocuWare

DocuWare GmbH • docuware.com
go.docuware.com/partner-schweiz

Neuer Rekord von Firmengründungen und leicht weniger Konkurse

Im 2023 wurden 51'637 neue Firmen gegründet. Das sind so viele wie noch nie. Die Konkurseröffnungen sind leicht zurückgegangen, jedoch nicht in allen Branchen. In der Gastronomie, im Baugewerbe und im Detailhandel sind die Konkurse gegenüber dem Vorjahr angestiegen.

Rekord bei den Firmengründungen
Im 2023 wurden in der Schweiz 51'637 Firmen gegründet. Dies entspricht einem Plus von 3.2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im selben Zeitraum wurden 30'790 Firmen aus dem Handelsregister gelöscht. Das sind 7.7 Prozent weniger als im Vorjahr. Das Nettowachstum beträgt 20'847 Firmen.

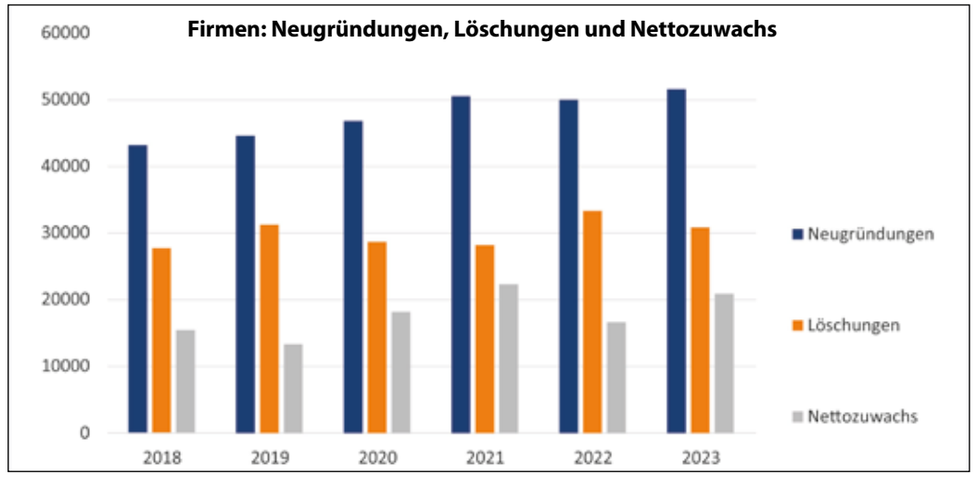
Am meisten Neueintragungen gab es in den Kantonen Zürich (9'507), Waadt (5'024) und Bern (4'259). Zurückgegangen sind die Neugründungen in den Kantonen Genf (-1.4%), Tessin (-1.2%) und Wallis (-0.4%).

Betrachtet man die einzelnen Branchen, zeigt der Detailhandel (4'911) die häufigsten Gründungen, gefolgt von der Unternehmensberatung (4'100) und der Baubranche (3'852).

Konkurseröffnungen leicht zurückgegangen
Gesamtschweizerisch haben die Konkurse im 2023 gegenüber dem Vorjahr um 0.7 Prozent abgenommen. Wobei die Konkurse in der Gastronomie (+10.6%), im Detailhandel (+7%) und im Baugewerbe (+6.8%) zugenommen haben. Die meisten Konkurseröffnungen verzeichnete die Baubranche (1'310), gefolgt von der Gastronomie (863), dem Detailhandel (609) und dem Grosshandel 580).

Am meisten Konkurse verzeichnet der Kanton Zürich (1513) gefolgt vom Kanton Waadt (852) und dem Kanton Genf (697). Stark zurückgegangen sind die Konkurse im Tessin (-20.6%).

Zur Erhebung
Berücksichtigt wurden sämtliche Firmen, welche im Zeitraum vom 1. Januar 2023 bis am 31. Dezember 2023 neu ins Handelsregister eingetragen wurden, Firmen bei welchen das Konkursverfahren eröffnet wurde sowie sämtliche Firmen, welche in dieser Zeit im Handelsregister gelöscht wurden. Eine Firmenlöschung erfolgt zum Beispiel bei der Auflösung von Amtes wegen, bei der Einstellung des Konkursverfahrens, bei Ende der Liquiditätsfrist, bei Fusionen oder bei Firmenaufgaben infolge fehlender Nachfolgeregelung.



Im 2023 gab es 3.2% mehr Neugründungen als im Vorjahr. Die Anzahl der Firmenlöschungen ist um 7.7% gesunken. Das Nettowachstum der Firmen beträgt 20'847.

Kanton	Neugründungen			
	2023	2022	+/-	In Prozent
Zürich	9507	9090	417	4.6
Bern	4259	4068	191	4.7
Luzern	2302	2176	126	5.8
Uri	137	123	14	11.4
Schwyz	1406	1362	44	3.2
Obwalden	193	231	-38	-16.5
Nidwalden	309	299	10	3.3
Glarus	216	207	9	4.3
Zug	2899	2986	-87	-2.9
Thurgau	1498	1434	64	4.5
Solothurn	1317	1285	32	2.5
Basel-Stadt	1316	1292	24	1.9
Basel-Landschaft	1371	1265	106	8.4
Schaffhausen	411	407	4	1.0
Appenzell Ausserrhoden	300	313	-13	-4.2
Appenzell Innerrhoden	109	122	-13	-10.7
St. Gallen	2790	2667	123	4.6
Graubünden	1187	1043	144	13.8
Aargau	3404	3132	272	8.7
Tessin	2271	2299	-28	-1.2
Freiburg	1758	1730	28	1.6
Waadt	5024	4853	171	3.5
Wallis	2331	2341	-10	-0.4
Neuenburg	902	821	81	9.9
Genf	4048	4105	-57	-1.4
Jura	372	364	8	2.2
Total Schweiz	**51637**	**50015**	**1622**	**3.2**

Kanton	Neugründungen			
	2023	2022	+/-	In Prozent
Zürich	9507	9090	417	4.6
Bern	4259	4068	191	4.7
Luzern	2302	2176	126	5.8
Uri	137	123	14	11.4
Schwyz	1406	1362	44	3.2
Obwalden	193	231	-38	-16.5
Nidwalden	309	299	10	3.3
Glarus	216	207	9	4.3
Zug	2899	2986	-87	-2.9
Thurgau	1498	1434	64	4.5
Solothurn	1317	1285	32	2.5
Basel-Stadt	1316	1292	24	1.9

Kanton	Firmenlöschungen			
	2023	2022	+/-	In Prozent
Zürich	5314	5774	-460.0	-8.0
Bern	2608	2637	-29.0	-1.1
Luzern	1142	1455	-313.0	-21.5
Uri	108	113	-5.0	-4.4
Schwyz	698	859	-161.0	-18.7
Obwalden	141	157	-16.0	-10.2
Nidwalden	202	221	-19.0	-8.6
Glarus	163	174	-11.0	-6.3
Zug	1386	1735	-349.0	-20.1
Thurgau	723	842	-119.0	-14.1
Solothurn	824	874	-50.0	-5.7
Basel-Stadt	727	812	-85.0	-10.5
Basel-Landschaft	812	885	-73.0	-8.2
Schaffhausen	263	318	-55.0	-17.3
Appenzell Ausserrhoden	216	193	23.0	11.9
Appenzell Innerrhoden	67	87	-20.0	-23.0
St. Gallen	1664	1682	-18.0	-1.1
Graubünden	564	671	-107.0	-15.9
Aargau	2618	2611	7.0	0.3
Tessin	1949	1643	306.0	18.6
Freiburg	1188	1340	-152.0	-11.3
Waadt	2711	3192	-481.0	-15.1
Wallis	1553	1567	-14.0	-0.9
Neuenburg	490	542	-52.0	-9.6
Genf	2417	2750	-333.0	-12.1
Jura	242	227	15.0	6.6
Total Schweiz	**30790**	**33361**	**-2571.0**	**-7.7**

Über CRIF AG

CRIF AG ist in der Schweiz die führende Wirtschaftsauskunftei für Firmen und Privatpersonen. Das Unternehmen bietet Lösungen für die Identifikation, Bonitätsprüfung und Betrugsprävention, für Kreditrisiko- und Adressmanagement sowie zu Digitalisierung und Predictive Analytics für Unternehmen und Finanzinstitute. CRIF AG gehört zur global agierenden Wirtschaftsauskunftei-Gruppe CRIF mit Hauptsitz in Bologna, Italien.

CRIF AG
Hagenholzstrasse 81· 8050 Zürich
www.crif.ch

Wie wir die Zukunft meistern

Zukunft meistern von Anne M. Schüller
Das Trend- und Toolbook für Übermorgengestalter
Gabal Verlag 2024, 232 S., 29,90 € · ISBN: 978-3-96739-181-7

Die Zukunft ist wie ein Laufband. Wer stehen bleibt, fällt hinten runter. Und das Laufband ist auf superschnell eingestellt. Zudem lauern Ungewissheiten an jeder Ecke. Nur der, der die Trends der Zukunft versteht und seine Zukunftsfähigkeit mit wachsamem Optimismus gestaltet, liegt fortan vorn.

Selten war Optimismus so wichtig wie heute, um das Beste aus unserer Zukunft zu machen. Nur der, der eine positive Zukunft für möglich hält, macht sich für sie stark, hilft mit, nach Lösungsansätzen zu suchen und den Fortgang der Ereignisse mitzugestalten. Dafür brauchen wir jeden und jede im Unternehmen. Selbst durch den kleinsten Anstoss und vor allem durch unkonventionelle Ideen kann am Ende Grosses entstehen. Die Zukunft liegt in den Händen derer, die mit frischen Gedanken und smartem Tun die entscheidenden Umbrüche wagen. Fantasievoll vernetzen sie die virtuelle mit der realen Welt auf immer neue, mutige, bahnbrechende Weise.

Zukunftsfähigkeit braucht zunächst Verstehen

Wer die Zukunft gestalten will, muss diese als Erstes ergründen, muss Trends deuten lernen, Szenarien erstellen und erkunden, wie die Welt in fünf oder zehn Jahren aussehen könnte. Nicht irgendwann, sondern jetzt müssen wir dann mit den notwendigen Schritten beginnen, um die Zukunft gut zu erreichen. Wie wir heute durch die Arbeits- und Lebenswelt navigieren und was wir dabei tun oder lassen, entscheidet darüber, wie es uns künftig ergeht. Das gilt für jedes Individuum und für jedes Unternehmen. Was übermorgen der Renner sein soll, müssen wir heute vorbereiten. Was geht denn schon mal? sollte dabei unser Grundmodus sein. Für den, der so an die Zukunft herantritt, bieten sie schier unendlich viele Gelegenheiten, Schritt für Schritt mehr zu erreichen und so seine Ziele zu schaffen. «Zukunft meistern», mein neues Buch kann hierbei ein perfekter Ratgeber sein. Es ist eine Entdeckungsreise zu den wichtigsten Zukunftstrends der nächsten Dekade, zu Pionieren, Innovatoren und Übermorgengestaltern. Anhand inspirierender Beispiele zeigt es auf, in welche Richtung sich Leben und Arbeit, Gesellschaft und Geschäftsmodelle künftig entwickeln.

Allen im Unternehmen zeigt es praxiserprobte Lösungen und nützliche Vorgehensweisen, zusammengeführt in der Erfolgstriade der Zukunft: Nachhaltigkeit, Transformation und Innovation. Für Klimaschutz und Nachhaltigkeit brauchen wir strukturelle Transformationen in weiten Bereichen der Wirtschaft – und eine Vielfalt unverbrauchter Ideen. Das passiert auf zwei Vorgehensebenen: einer strategischen und einer operativen. Ein erstes Tool dazu hier in aller Kürze. Alles Weitere steht im Buch.

So werden strategische Zukunftsbilder kreiert

Zukunftsbilder kreieren? Für welche Zukunft denn überhaupt? Niemand kennt die Zukunft. Doch wir können versuchen, ihr die Ungewissheit zu nehmen, indem wir Hypothesen erstellen für eine Zeit, die noch nicht da ist. Zunächst denkt man sich in den langfristigen Zeithorizont rein. So haben Futurologen und Zukunftsforscher mithilfe wissenschaftlicher Methoden Szenarien für eine Vielzahl von Technologien und Branchen entwickelt.

Solche Szenarien sind keine Prognosen, sondern spekulative Zukunftsbilder, die zum Nachdenken anregen sollen. Indem wir uns damit befassen, springen wir raus aus der Filterblase der eigenen Wahrnehmung und bleiben kontinuierlich an den Trendthemen dran. Jährliche Strategiepläne reichen längst nicht mehr aus. Dreimonatige Updates sind Minimum, damit das Neue im gesamten Unternehmen rasch Fuss fassen kann.

Trendanalysen, Online-Recherchen, Insights aus fortschrittlichen anderen Branchen, Gespräche mit Zukunftsexperten und denen, die neue Technologien in die Welt bringen, bilden die Grundlage für die Vorausschau. Wen Sie nicht befragen: Ihre Kunden. Diese können zwar sagen, was ihnen heute fehlt, aber nicht, was sie in fünf oder zehn Jahren wollen werden. Sie sind keine Experten für Zukunftsthemen und können deshalb keine Prognosen abgeben.

Die systematische Suche nach zukünftigen Wachstumsfeldern kann gar nicht früh genug beginnen. Hierzu empfehle ich, drei Szenarien zu entwickeln:

- ein Beste-aller-Welten-Szenario,
- ein Sehr-wahrscheinlich-Szenario,
- ein Schlimmster-Alptraum-Szenario.

Um nicht der Gefahr zu erliegen, die Zukunft aus der Vergangenheit und Gegenwart heraus fortzuschreiben, bedient man sich der Retropolation, auch Backcasting genannt. Dabei wird – ausgehend von der beschriebenen Zukunft im Zieljahr – in festgelegten zeitlichen Schritten rückwärtsgehend abgeleitet, was jeweils bis zu einem bestimmten Zeitpunkt getan sein muss, damit die erwünschte Zukunft Wirklichkeit werden kann.

Anne M. Schüller · **www.anneschueller.de**

Mewa-Umfrage: Handwerker-Outfit im Trend der Zeit

Überzeugend auftreten: Wer im Handwerk arbeitet, will auch durch seine Kleidung auf den ersten Blick als kompetente Fachkraft wahrgenommen werden. Der Trend geht zu sportlichen, körpernahen Passformen und zu dunklen Grau- oder Blautönen bei der Farbwahl (Fotos: Mewa)

Berufskleidung soll Kompetenz signalisieren
Eine gepflegte und ansprechende Berufskleidung vermittelt Professionalität und beeinflusst das optische Erscheinungsbild der Mitarbeitenden bei Kunden wie Geschäftspartnern. Mewa Textil-Service hat deshalb Arbeitnehmer befragt, was ihnen bei Berufskleidung wichtig ist. Die Nutzer-Feedbacks bestätigen: Handwerkerinnen und Handwerker nehmen ihre Rolle ernst und wollen durch ihre Kleidung als kompetente Fachkräfte wahrgenommen werden. Aussagen wie Seriosität und Professionalität gehen Hand in Hand mit Sicherheitsaspekten und Tragekomfort.

Trendige Farben und modernes Design
Neben den funktionalen Anforderungen an die Berufskleidung betonten die Befragten, wie wichtig ihnen die Aussenwirkung ihres Kleidungsstils ist. Der Anspruch an die eigene handwerkliche Qualität und die Beratungskompetenz soll sich in einem qualitativ hochwertigen Outfit widerspiegeln. Insgesamt, so die Mewa-Umfrage, zieht sich das Handwerk modisch und seriös an. Kleidung, die optisch zu wenig hermacht, will niemand mehr tragen. Dazu passt auch der mehrheitliche Trend zu sportlichen, körpernahen Passformen und dunklen Grau- oder Blautönen.

Angesagt sind kombinierbare Einzelteile
Unterschiedliche Tätigkeiten und Arbeitsbedingungen beeinflussen, was am Arbeitsplatz im Handwerk wie im Gewerbe gerne getragen wird. Bei Outdoor-Arbeitsplätzen und in der Werkstatt wird der Zwiebellook favorisiert, um flexibel auf schwankende Temperaturen und ungemütliches Wetter reagieren zu können. Vom Arbeitgeber wünscht man sich eine Teamkleidung, die aus kombinierbaren Einzelteilen besteht: Zum T-Shirt beispielsweise eine Weste und Jacke in identischer Farbe. Im Berufsfeld Hoch- und Tiefbau überwiegen individuelle Bekleidungswünsche, angepasst an die jeweilige Arbeitsumgebung. Am häufigsten bevorzugt werden regendichte Outdoorjacken, wärmende Fleece-Kleidung und atmungsaktive T-Shirts. Im Gegensatz dazu setzt man im Innenausbau auf Kleidung, die robust und widerstandsfähig ist.

Mit praxisnahen Details zur idealen Ausrüstung Taschen müssen sein: Schraubenzieher, Doppelmeter, Geldbeutel, Smartphone – Stauraum gehört zur Berufskleidung. Ausreichend viele Taschen in der richtigen Grösse, Position und Stabilität waren den Befragten ein wichtiges Anliegen. Schliesslich müssen die Arbeitsutensilien auch dann verstaut werden können, wenn keine Jacke oder Weste getragen wird. Gesäss- und Beintaschen sollten gut verschliessbar sein, damit der Inhalt beim Hocken oder Knien nicht herausfällt. Für die sichere Unterbringung des Werkzeugs werden nahtverstärkte Cargo- oder Beintaschen gewünscht. Ein gutes Taschenkonzept berücksichtigt die aktuellen Smartphone-Grössen genauso wie eine sinnvolle Innenaufteilung für Stifte oder Visitenkarten, so die mehrheitliche Meinung.

Tragekomfort muss passen
Wer den ganzen Tag mit vollem Körpereinsatz arbeitet, für den sind Bewegungs-freundlichkeit und ein gutes Tragegefühl der Berufskleidung am wichtigsten. Die überwiegende Mehrheit der befragten Personen im Handwerk favorisiert daher ein Outfit aus möglichst hautfreundlichen und atmungsaktiven Materialien. Ein Blick auf die Outdoor-Mode zeigt, wohin der Trend beim Handwerk geht: Körpernahe Schnitte mit viel Bewegungsfreiheit, die durch elastische Einsätze oder dehnbare Mischgewebe erreicht wird.

MEWA Service AG
Wiggermatte 4 · 4665 Oftringen
Tel. 062 745 19 00 · info@mewa.ch · mewa.ch

eBill – eine Erfolgsgeschichte

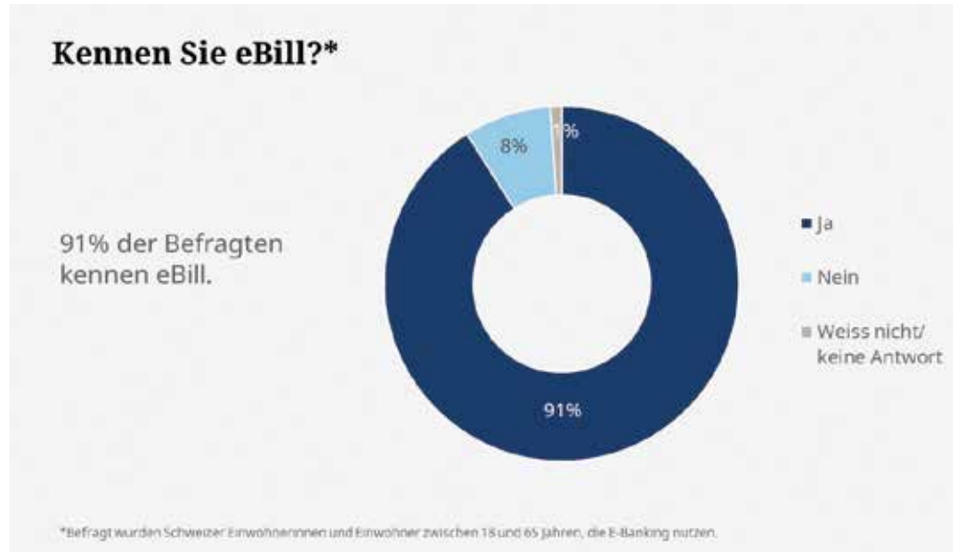
2023 war für eBill erneut ein erfolgreiches Jahr. Denn immer mehr Schweizer Nutzerinnen und Nutzer setzen auf die digitale Rechnung eBill und sind gemäss einer Studie von den Vorteilen überzeugt. Dies spiegelt sich auch in den gestiegenen Transaktionszahlen wider.

Die Digitalisierung des Zahlungsverkehrs in der Schweiz schreitet voran: Aktuell setzen bereits fast 3 Millionen Schweizer Nutzerinnen und Nutzer auf die digitale Rechnung eBill und die Transaktionen sind in 2023 um mehr als 20% gestiegen. Und eBill wird auch gemäss einer Studie des Forschungsinstituts gfs.bern in der Schweiz zunehmend beliebter. Immer mehr Menschen kennen und nutzen eBill und sind von den Vorteilen überzeugt. Gemäss den Umfrageergebnissen (Stand Juni 2023) kennen inzwischen 91% der befragten Personen, die E-Banking nutzen, die digitale eBill-Rechnung.

76% der Befragten sehen den Hauptvorteil von eBill in der Convenience: Das Bezahlen von Rechnungen ist schnell, einfach und bequem. Und auch der Nachhaltigkeitsaspekt ist weiterhin wichtig: 69% sehen einen weiteren Hauptvorteil von eBill in der Reduktion von Papierrechnungen und 48% einen Vorteil für die Umwelt.

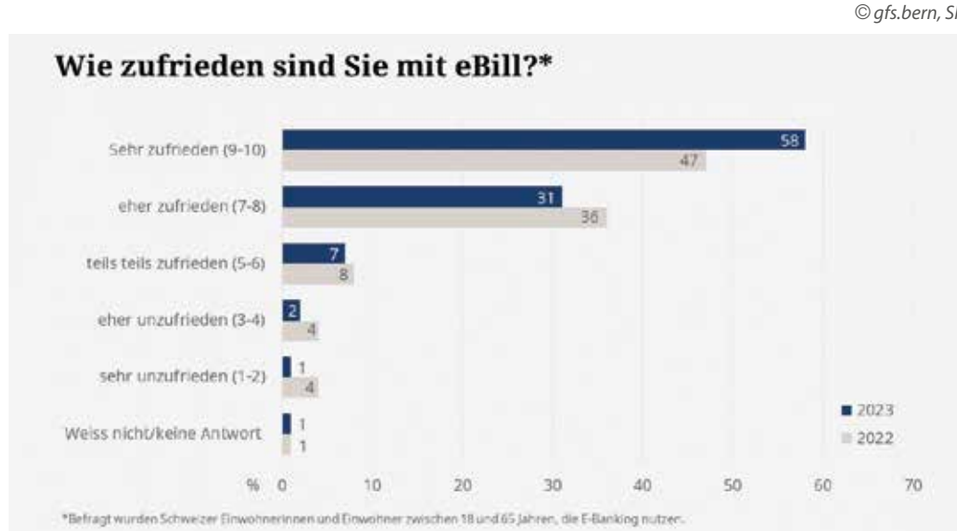
Insgesamt ist die Zufriedenheit mit eBill bei den Nutzenden von eBill auf hohem Niveau nochmals gestiegen. Über die Hälfte der Nutzenden ist nämlich sehr zufrieden (Note 9 –10 auf einer 10er Skala). Dies entspricht einem Zuwachs von 11 Prozentpunkten gegenüber der Vorjahresbefragung. Besonders zufrieden mit eBill sind die sognannten «Power-User» (Personen, die monatlich fünf oder mehr Rechnungen mit eBill bezahlen). Diese bewerten eBill mit der Note 10.

Versenden jetzt auch Sie Rechnungen über eBill und eröffnen Sie Ihrer Kundschaft damit die Möglichkeit, diese gänzlich digital zu empfangen, zu prüfen und zu bezahlen. Ausserdem können auch Sie als Geschäftskunde von den eBill Vorteilen profitieren.



© gfs.bern, SIX

© gfs.bern, SIX



© gfs.bern, SIX

Die Vorteile von eBill für Rechnungssteller
Wenn Sie Ihre Rechnungsstellung mit eBill digitalisieren, reduzieren Sie Ihren Aufwand, profitieren von zuverlässigen Zahlungseingängen und behalten die Kontrolle über den Rechnungsprozess.

Pünktlich Geld erhalten.
Die Rückmeldungen zahlreicher Unternehmen zeigen: Kunden bezahlen ihre Rechnungen im Vergleich zu Papier und E-Mail mit höherer Zuverlässigkeit. Das vom Rechnungssteller voreingestellte Fälligkeitsdatum für die Rechnungen wird als Vorschlag im E-Banking übernommen.

Effizient und sicher fakturieren.
Sie erstellen die Rechnungen in Ihrer Fakturierungssoftware und übermitteln diese medienbruchfrei als eBill-Rechnung ans E-Banking Ihrer Kunden. Zuverlässig, sicher und transparent. Zusätzlich vermeiden Sie Reputationsschäden durch Spam und Phishing.

Kundenzufriedenheit erhöhen.
Mit eBill empfängt und prüft Ihr Kunde die Rechnung direkt im E-Banking und kann so einfach und sicher bezahlen. Sie profitieren von weniger Kundenrückfragen und zuverlässigeren Zahlungseingängen.

Stellen Sie jetzt unkompliziert auf eBill um und werden Sie Teil der Erfolgsgeschichte in 2024!

Für weitere Informationen zur digitalen Rechnung eBill wenden sich Rechnungssteller und Unternehmen an ihre Bank oder einen eBill-Netzwerkpartner.

Anzeigen

Werden Sie Coach. Zeigen Sie Wirkung.

Weiterbildungen für Coaching, Resilienz, betriebliches Mentoring und Supervision mit eidg. Fachausweis, eidg. Diplom, CAS oder MAS Abschluss.

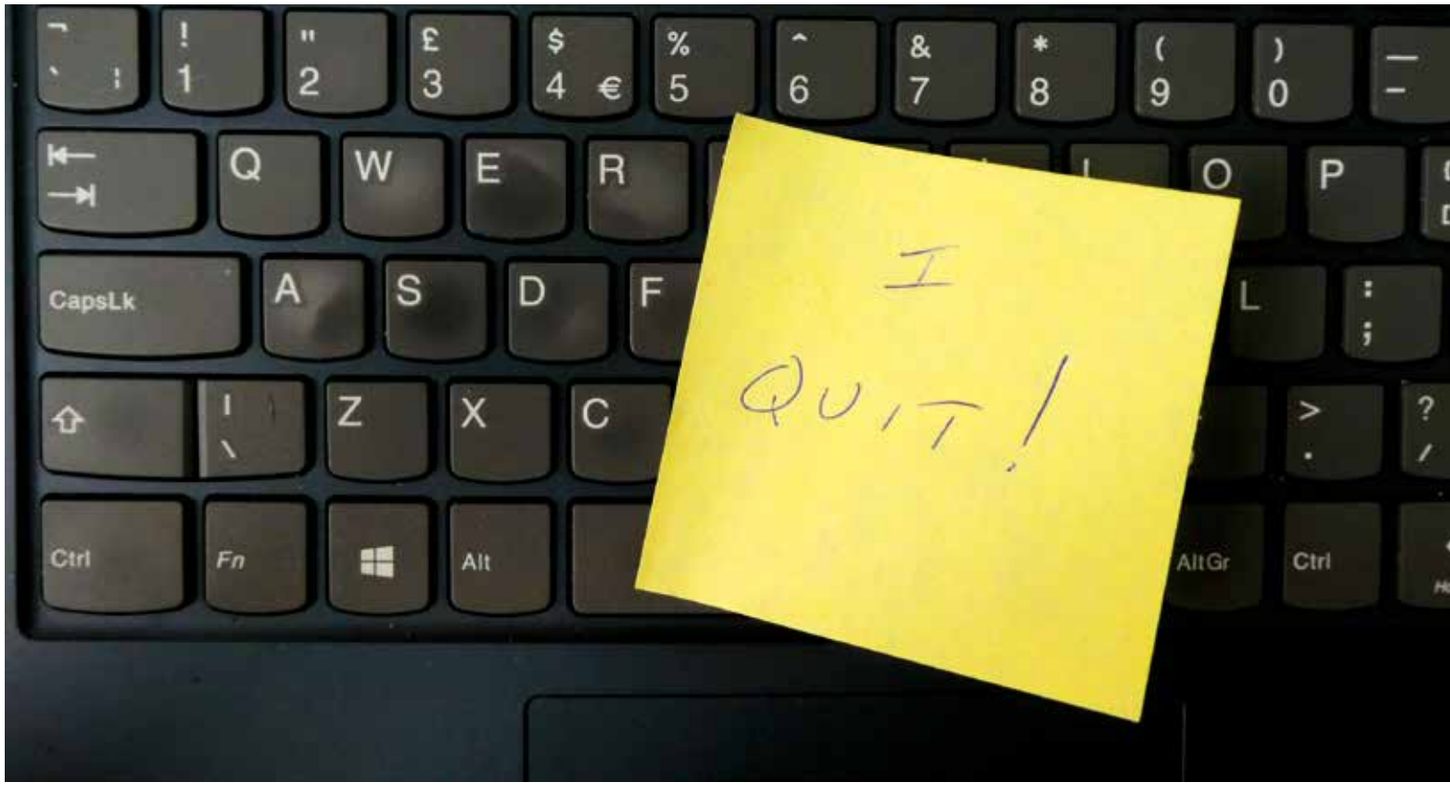
coachingzentrum.ch

coachingzentrum
Beratungsausbildung mit Wirkung

Erfolgreich werben und gesehen werden!

Telefon 041 348 03 30

Great Resignation – auch ein Thema in der Schweiz?



Die Schweiz ist bekannt für ihre stabilen Unternehmen und die hohe Lebensqualität – doch was passiert, wenn immer mehr Menschen resignieren und ihren Job kündigen? «The Great Resignation» ist ein Begriff, den man in diesem Zusammenhang immer wieder hört. Doch was steckt dahinter und entstehen dadurch vielleicht auch Chancen?

Great Resignation, was ist das?
Das Wort «Great Resignation» (das «grosse Resignieren oder Aufhören») stammt ursprünglich aus den Vereinigten Staaten und beschreibt einen Zustand, in dem man sich beruflich nicht mehr zutraut, etwas zu ändern oder zu verbessern. Man fühlt sich hoffnungslos und resigniert. Dies kann sogar zur Kündigung ohne Anschlusslösung führen. Das Phänomen ist jedoch nicht nur in den Vereinigten Staaten anzutreffen. Auch in der Schweiz ist dieser Trend ein Thema.

Der «Big Quit» und seine Gründe
Ein weiterer Begriff, der in Zusammenhang mit «Great Resignation» oftmals fällt, ist der «Big Quit» (die grosse Kündigung/Kündigungswelle). Doch warum kündigen die Menschen ihre Jobs und dies, obwohl sie teilweise noch keine Anschlusslösung in der Hinterhand haben?

In einer Studie des Marktforschungsunternehmens YouGov werden folgende Hauptgründe für den Big Quit in den USA ausgewiesen. Wir dürfen davon ausgehen, dass die Beweggründe in der Schweiz ähnlich gelagert sind:

- Unzufriedenheit mit dem Arbeitgeber
- Unzufriedenheit mit dem Arbeitsumfeld
- Unzufriedenheit mit der Bezahlung
- Mangelnde Anerkennung und Wertschätzung
- Keine Perspektive in der aktuellen Stelle

Ein weiterer wesentlicher Grund für den Big Quit ist der Umstand, dass Unternehmen Kosteneinsparungsmassnahmen umsetzen- oft zulasten der Belegschaft. Dies bedeutet häufig Stellenabbau oder eine Reduzierung von Löhnen und Gehältern. In solchen Situationen fühlen sich viele Arbeitnehmer verunsichert oder unfair behandelt und suchen deshalb nach Alternativen.

Die negativen Auswirkungen der Great Resignation
Eine Kündigung ohne Anschlusslösung kann für die Betroffenen eine erhebliche Herausforderung darstellen. Diejenigen, die sich zu diesem Schritt entscheiden, könnten möglicherweise mit finanziellen Schwierigkeiten konfrontiert werden. Allenfalls leidet auch ihr soziales Ansehen und Status oder letztlich ihre Psyche darunter. Für diejenigen, die weiterhin im Unternehmen tätig bleiben, kann es zu mehr Druck, Anspannung und Verantwortung am Arbeitsplatz sowie zu einem höheren Konkurrenzdruck um Aufstiegschancen kommen.

Und wie sieht es für die Arbeitgeberseite aus? Durch den Verlust erfahrener Mitarbeiter werden sie möglicherweise Neueinsteilungen tätigen müssen, was mit hohen Kosten verbunden ist. Nicht zu vergessen ist der dadurch entstehende Knowhow-Abfluss und die Schwierigkeit, generell gut ausgebildetes Personal zu finden.

Die «Great Resignation» und ihre Chancen
Es wäre allerdings falsch zu behaupten, dass die «Great Resignation» nur Nachteile mit sich bringt. Gerade für Arbeitnehmende sind auch einige Vorteile offensichtlich. Zum einen können sie sich auf die Suche nach einem neuen, besseren Job machen oder den Weg in die Selbständigkeit wagen. Die Great Resignation ermöglicht es den Arbeitnehmenden also, ihr Leben selbst in die Hand zu nehmen und aktiv etwas für ihre berufliche Zukunft zu tun. Darüber hinaus bringt the Big Quit oft auch finanzielle Vorteile mit sich. Der ausgeprägte Fachkräfte-

mangel sorgt dafür, dass viele Arbeitnehmende in einer neuen Tätigkeit einen höheren Lohn erzielen können.
Doch auch die Unternehmen können profitieren. So können Unternehmen durch das Ausscheiden von unzufriedenen Mitarbeitenden nicht selten die Produktivität erhöhen. Sie erhalten die Chance, sich neu aufzustellen, müssen Prozesse optimieren oder sind fast dazu gezwungen, Synergien zu nutzen. Selbstverständlich ist der Wegfall von Mitarbeitenden bei gleichzeitig vollen Auftragsbüchern und Fachkräftemangel besonders schwierig. Aber es zwingt auch zahlreiche Betriebe dazu, Ihre Unternehmenskultur zu überdenken, sich mit den neuen Gegebenheiten des Arbeitsmarktes auseinanderzusetzen und allenfalls das Geschäftsmodell anzupassen.

Fazit
In der Schweiz ist Great Resignation zunehmend ein Thema. Die Konsequenzen sind nicht zu unterschätzen, sowohl für Arbeitnehmende als auch für Arbeitgeber. Für Arbeitnehmer ist es wichtig, die Gründe für die Kündigung genau zu analysieren. Oft liegen die Ursachen in einer unglücklichen Stelle, in einem schlechten Arbeitsklima oder in ungünstigen Rahmenbedingungen. Diese Faktoren sollten sorgfältig abgewogen werden, bevor eine Kündigung ausgesprochen wird. Auch die finanziellen Konsequenzen müssen bedacht werden. Für Arbeitnehmer ist Great Resignation aber auch eine Möglichkeit, sich von einem ungeliebten Job zu lösen und mit einem Neustart zu beginnen.

Für Arbeitgeber stellt die Great Resignation eine weitaus grössere Herausforderung dar. Deshalb ist es wichtig, die Motive der Arbeitnehmenden genau zu kennen und eventuelle Verbesserungsmöglichkeiten im Unternehmen zu identifizieren. Nur so kann verhindert werden, dass weitere Mitarbeiter kündigen. Arbeitgeber sollten verstehen, dass Great Resignation oft auch ein Zeichen dafür ist, dass etwas im Unternehmen nicht stimmt. Es kann ein Weckruf sein, um die Situation zu ändern und das Unternehmen zukunftsfähig zu machen.

Wie können wir dich unterstützen?
Arbeitsnehmende: Wenn du in deinem Berufsleben etwas verändern möchtest, lass uns gemeinsam deine persönliche Situation analysieren. Dies ist dann besonders effektiv, wenn du die heutige Situation nicht mehr länger akzeptieren möchtest, jedoch noch nicht genau weisst, wie du eine neue Herausforderung angehen sollst.

Pascal von Gunten · Partner für Unternehmens- und Persönlichkeitsentwicklung

Arbeitgeber: Wenn du merkst, dass in deinem Unternehmen «der Wurm drin ist» und du nicht zu derjenigen Sorte Mensch gehörst, der die Gründe dafür nur bei den andern sucht, dann melde dich bei uns. Gerne unterhalten wir uns darüber, wie wir die Problematik in anderen Unternehmen angegangen sind und was sich diesbezüglich als wirkungsvoll erwiesen hat.

«Die erarbeitet Massnahmenplanung hilft uns die nächsten Schritte konkret anzugehen. Ich finde Pascals Art sehr gut. Ein Theoretiker wäre hier nicht sinnvoll gewesen. Er hat alle « Menschentypen» angesprochen und gut abgeholt»

Weitere Kundenmeinungen findest du unter:
https://www.vongunten-partner.ch/pascal-von-gunten/kundenmeinungen.html

Profitiere von einem kostenlosen Erstgespräch und lasse dich von den Möglichkeiten für dich oder dein Unternehmen überzeugen.

Für weitere Infos oder zusätzliche Fachartikel besuche unsere Webseite:
www.vongunten-partner.ch

von Gunten Executive Partner AG
Pascal von Gunten · Partner für Unternehmens- und Persönlichkeitsentwicklung
Keynote Speaker · Executive Coach · Autor
Telefon 079 755 28 54
Böhlstrasse 17 · 9300 Wittenbach
info@vongunten-partner.ch
www.vongunten-partner.ch

Pascal Keller, CEO Inventx, im Interview von Helmuth Fuchs

Pascal Keller, CEO Inventx (Bild: Inventx)

Moneycab: Herr Keller, nach Corona haben viele Unternehmen zurückgestellte Projekte wieder aufgenommen und die Digitalisierung erhöht den Innovationsdruck zusätzlich. Wie hat sich das auf Ihre Projektlandschaft ausgewirkt, wie präsentiert sich 2023 im Vergleich zu früheren Jahren?
Pascal Keller: Corona war Katalysator für eine beschleunigte Digitalisierung in der Finanz- und Versicherungsbranche. Wir haben während dieser Zeit gemeinsam mit der KPT Krankenversicherung die Inventx Open Finance Plattform (ix. OpenFinance Plattform, kurz ix.OFP) für Versicherungen gebaut, die IT der KPT migriert und das Kernsystem Syrius eingeführt. Es ging nahtlos weiter mit der Einführung der Digital Workplaces bei der Krankenversicherung. Auch die Migration von fünf Kantonalbanken auf unsere ix.OFP konnten wir noch zu Corona-Zeiten erfolgreich abschliessen.

Dass sich unser Wachstum nun noch weiter beschleunigt, geht auf mehrere sich gegenseitig verstärkende Faktoren zurück: Der Innovationsdruck ergibt sich erstens aus den veränderten Kundenbedürfnissen, die auch nach Corona Bestand haben. Zweitens ist mittlerweile der Reifegrad der Finanzindustrie gestiegen, sich mit Cloud- und datengetriebenen Technologien auseinanderzusetzen. Parallel haben sich drittens diese Technologien so rasant weiterentwickelt und ausdifferenziert, dass ständig neue Anwendungsmöglichkeiten entstehen – man denke nur an den Trend zu KI-basierten Services, der sich innerhalb eines Jahres unglaublich intensiviert hat. Und viertens steigen durch all diese neuen Entwicklungen rund um Digitalisierung und Daten auch die Herausforderungen an Cybersecurity und Compliance, die wir mit dem Ausbau unseres Security-Lösungsportfolios als strategisches Geschäftsfeld adressieren.

Im Jahr 2022 haben Sie mit einem «Hiring Boost» 120 neue Mitarbeitende eingestellt. Wie sieht das Personalwachstum 2023 aus, mit welchen Massnahmen versuchen Sie, sich im Wettbewerb um die besten Talente durchzusetzen?
Wir haben auch im 2023 wieder viele Dutzend neue Talente gewonnen. Natürlich spüren auch wir den Fachkräftemangel. Ganz besonders wichtig ist daher eine attraktive Arbeitgebermarke, die auf starken Pfeilern beruht. Entsprechend fokussiert unser Employer Branding auf zwei gewichtige Stärken der Inventx: Einerseits lassen wir unsere Mitarbeitenden selbst zu potenziellen Kandidatinnen und Kandidaten im Markt sprechen. Sie sind die besten Botschafterinnen und Botschafter dafür zu vermitteln, warum sie sich für Inventx entschieden haben. Andererseits zeigen wir zugleich die Vielfalt an Karriere- und Entwicklungspfaden auf, die zu uns und zu persönlicher Weiterentwicklung führen. Das ist für uns alle eine «ix.pedition», die wir im Team bewältigen, dabei lernen und Neues wagen. Als IT-Talentaggregator für führende Schweizer Banken und Versicherungen und als innovative Digitalisierungsdienstleisterin am Puls neuer Technologien befinden wir uns zudem an einer interessanten Schnittstelle. Und last but not least, fördern wir den Innovations- und Teamgeist im Unternehmen ganz gezielt, etwa mit unseren regelmässigen ix.InnovationDays unter Leitung unseres ix.Labs oder unsere legendären Mitarbeitendenanlässen.

Im eigenen ix.Lab versucht Inventx, die Technologien «der nächsten Geländekammer» zu identifizieren. Welches sind die aktuell spannendsten Zukunftsideen und Lösungsansätze, die dort erforscht werden?
Derzeit richten wir unsere Aufmerksamkeit auf Künstliche Intelligenz, Quantencomputing, Composable Architecture und Web 3.0. Bereits vor dem Hype um ChatGPT hatten wir KI an unserer letztjährigen ix.perience, unserem Banken- und Versicherungsforum, thematisiert.

Die Fortschritte seither sind eindrücklich. Wir experimentieren nicht mehr nur damit, sondern haben zum Beispiel Conversational AI in Form eines digitalen Assistenten auch bereits im internen IT-Support der KPT implementiert. Beim Thema Quantencomputing arbeiten wir eng mit QuantumBasel zusammen. Damir Bogdan, der CEO dieses Kompetenzzentrums für Quantentechnologie, ist Verwaltungsrat unserer Inventx Lab AG (ix.Lab) und bringt sein Wissen und sein umfangreiches Netzwerk bei uns ein.

«Derzeit richten wir unsere Aufmerksamkeit auf Künstliche Intelligenz, Quantencomputing, Composable Architecture und Web 3.0.»

In der strategischen Stossrichtung Composable Architecture arbeiten wir intensiv an der zukünftigen IT-Architektur der Finanzindustrie und beleuchten die Transformation der Anwendungslandschaft anhand der neuen Anforderungen und Technologien der Zukunft. Und wir gehen davon aus, dass das Web 3.0 das World Wide Web, wie wir es heute kennen, stark verändern wird, indem es verstärkt auf Blockchain, Dezentralisierung und Tokens aufbaut. Das wird völlig neue Use Cases mit sich bringen und die derzeitigen Geschäftsmodelle und -prozesse in der Wirtschaft grundlegend verändern, weshalb wir uns bereits heute damit befassen.

Cybercrime-Vorfälle haben in der Schweiz 2023 signifikant zugenommen (ca. 20 % im Periodenvergleich mit dem Vorjahr), was auch im Ländervergleich mit Deutschland und Österreich ausserordentlich viel ist. Weshalb wurde gerade die Schweiz vermehrt Ziel von Cyberkriminellen, mit welchen Massnahmen begegnet man bei Inventx der zunehmenden Bedrohung?
Die Schweiz liegt in der Digitalisierung weit vorne: gemäss dem World Digital Competetiveness Ranking auf Platz fünf – weit vor Deutschland und Österreich. Die Schweizer nutzen auch sehr intensiv Online-Angebote wie E-Commerce. Die starke Nutzung korreliert mit höherer Exposition gegenüber Missbrauch, was sich dann beispielsweise in relativen Zahlen bei Kreditkartenbetrug niederschlägt. Als IT- und Digitalisierungspartnerin für Schweizer Banken und Versicherungen ist es eine Kernkompetenz von Inventx, höchste Ansprüche an Datenschutz, Cybersecurity und Business Resilienz zu erfüllen. Wir adressieren Daten- und Informationssicherheit ganzheitlich und beraten unsere Kunden in allen Bereichen der Information und Cyber Security, im Risikomanagement oder im Hinblick auf sichere Enterprise-Architekturen und Zonenkonzepte. In unserem unabhängigen ix.CyberResilienceCenter arbeiten bestausgebildete Analysten rund um die Uhr an der Überwachung und der Weiterentwicklung unserer Abwehr. Wir bauen unser Security-Portfolio laufend aus und richten es strategisch an den Kundenbedürfnissen aus. Zum Einsatz kommt unter anderem auch Künstliche Intelligenz, mit der wir Cyber- oder Fraud-Attacken anhand von Anomalieerkennung noch besser antizipieren und präventiv agieren können.

Während in der EU mit PSD2 die Schnittstellenöffnung von Finanzdienstleistern seit 2019 gesetzlich geregelt ist, geht es in der Schweiz mit OpenFinance eher noch gemächlich zur Sache. Wie beurteilen Sie den Schweizer Weg im europäischen Vergleich, wo nutzen Sie OpenFinance-Ansätze für Ihre Kunden?
Die Schweizer Bankiervereinigung setzt in ihrer Auslegeordnung zu Open Banking auf eine marktgetriebene Weiterentwicklung der offenen Kooperationen zwischen Banken und Drittanbietern – ohne bindende Vorgaben wie die EU. Das zeugt von hohem Vertrauen in die Marktkräfte, die sich gleichwohl mit den strategischen, rechtlichen und Standardisierungsfragen auseinandersetzen müssen, denn Open Finance entspricht einem Kundenbedürfnis und einem Erfordernis im Wettbewerb. Mit unserer ix.OpenFinancePlattform für Banken und Versicherungen haben wir eine integrierte Lösung im Angebot, dank der wir rasch skalierbare Ressourcen für neue Digitalisierungsvorhaben bereitstellen können. Neue, kundenzentrierte Anwendungen können mit kürzester Time-to-Market entwickelt und ausgerollt werden.

«Die Schweizer Bankiervereinigung setzt in ihrer Auslegeordnung zu Open Banking auf eine marktgetriebene Weiterentwicklung der offenen Kooperationen zwischen Banken und Drittanbietern – ohne bindende Vorgaben wie die EU.»

Wir setzen dabei auf einen Community-Ansatz und investieren auch selbst in Ko-Innovation, damit unsere Kunden voneinander und von unserem Know-how profitieren können. Ein Beispiel hierfür ist Digital Banking for Kids (DB4Kids) – eine digitale Sackgeld-App, die wir in Co-Creation mit der St.Galler und Graubündner Kantonalbank als White-Label-Lösung entwickelt haben und die bei der SGKB als «MiniBank», bei der GKB als «Gioia Kids» und bei der Nidwaldner Kantonalbank als «Noldi-App» im Einsatz ist.

Vor allem jüngere Mitarbeitende machen neue Arbeitsformen (Home-Office, Remote Working, voll digitalisierte Arbeitsprozesse etc.) zu einem ihrer wichtigsten Entscheidungskriterien. Welche Lösungen bieten Sie hier intern und für Ihre Kunden, welches sind die kommenden Entwicklungen rund um das Thema «Arbeitsplatz der Zukunft»?
Inventx hatte bereits vor der Pandemie flexible Arbeitsmodelle etabliert. Unser Motto: «work where you want» – ob in Chur, im Circle am Flughafen Zürich, in St. Gallen, in Bern oder eben im Home-Office. Alle unsere Standorte sind zentrumsnah und mit dem ÖV gut erschlossen. Als Pendant zum Home-Office entwickeln sich unsere Büros zu «Office-Homes», wo den Mitarbeitenden attraktive Arbeitsumgebungen und Austauschmöglichkeiten geboten werden. Unsere Digital Workplace Services haben wir bei uns selbst im Einsatz und sorgen mit modernen Kollaborationstools für optimale User Experience, Flexibilität und Produktivität. Mit diesem Know-how und den Erfahrungen können wir auch unsere Kunden besser beraten, wie sie kreativer zusammenarbeiten und wiederum mit ihren Kunden effizienter interagieren können.

Die einfachste Kommunikationsmöglichkeit zwischen Mensch und Maschine wäre eigentlich die Sprache. Als Kunde ist man aber mehrheitlich mit eher bescheidenen Systemen konfrontiert, die oft noch mit vielen Fragen und altertümlichen vordefinierten Auswahlmöglichkeiten daherkommen («für Auswahl A drücken Sie die Taste X»). Welche Industrien oder Unternehmen sind am weitesten bei einer nahtlosen Integration von Mensch und Maschine im Kundendialog, wo stehen Sie bei der Entwicklung von eigenen Lösungen?
Die Mensch-Maschine-Interaktion, die künftig auf einer völlig neuen Ebene stattfinden wird, war eines der spannendsten Themen an der ix.perience, unserem Banken- und Versicherungsforum, das kürzlich in seiner 2. Ausgabe rund 100 Vertretende der beiden Branchen zusammengeführt hat. Moderne, KI-basierte Bots verbessern sich laufend und werden in vielen Banken und Versicherungen bereits eingesetzt, um die Betriebseffizienz zu steigern und neue Kundenerfahrungen möglich zu machen.

«Wir werden unsere Zusammenarbeit mit den Hyperscalern weiter ausbauen. Auch in der Finanzindustrie wächst die Nachfrage nach Public-Cloud-Ressourcen, die für wettbewerbsdifferenzierende Innovationsvorhaben hochskalierbar und kostengünstig verfügbar sein müssen.»

Bei der KPT ist soeben ein Voice-Bot live gegangen, der den internen IT-Support von Routinearbeiten entlastet und dank Automatisierung die Effizienz steigert, was letztendlich die Kosten reduziert. Bei der Migros Bank nimmt bereits seit längerem ein Sprachbot im Call Center Anfragen von Kunden in jeder Sprache entgegen und beantwortet in neun von zehn Fällen die einfachen Fragen direkt oder leitet den Anrufenden an die richtige Auskunftsperson weiter. So können in derselben Zeit mehr Anrufe entgegengenommen werden. Bei all diesen Entwicklungen stehen wir noch am Anfang. Inventx hat eine eigene Voice-Intelligence-Plattform entwickelt, die Conversational AI – von der automatischen E-Mail-Verarbeitung bis zum digitalen Assistenten bzw. Chatbot – als Service verfügbar macht.

Welche Projekte haben für Sie bei Inventx im kommenden Jahr die höchste Priorität, welches sind die technisch herausforderndsten?
Wir werden unsere Zusammenarbeit mit den Hyperscalern weiter ausbauen. Auch in der Finanzindustrie wächst die Nachfrage nach Public-Cloud-Ressourcen, die für wettbewerbsdifferenzierende Innovationsvorhaben hochskalierbar und kostengünstig verfügbar sein müssen. Für die hohen Sicherheits- und Compliance-Vorgaben der Branche braucht es Implementierungs- und Betriebspartner wie die Inventx, die mit ihrer hybriden Cloud für deren Einhaltung sorgt. Uns verbindet bereits eine langjährige Partnerschaft mit Microsoft; Inventx ist als Microsoft Azure Partner für Digital & App Innovation und als MS Solutions Partner for Infrastructure (Azure) zertifiziert. Diese Zertifizierungen belegen unser Know-how und unsere Fähigkeit, intelligente Applikationen für unsere Kunden zu entwickeln, zu betreiben und zu managen. Auch unsere Google-Cloud-Partnerschaft bauen wir weiter aus, um unseren Kunden eine echte Multi-Cloud-Strategie zu ermöglichen. Der Kunde wählt pro Workload die passendste Plattform bzgl. Preis, Features und Compliance – und wir managen das so entstehende Gesamtsystem übergreifend und absorbieren für den Kunden die darunterliegende Komplexität. Wir sind kontinuierlich daran, unseren Branchenfokus zu stärken und neue Wachstumsfelder zu erschliessen. Neben unserer weiteren Etablierung im Versicherungsmarkt werden wir auch unser Portfolio an Querschnittsservices weiter ausbauen. Zusätzlich zu Multi-Cloud und Cyber Security ist auch Intelligent Information Management ein solches Ausbaufeld. Mit der Übernahme der DTI Group haben wir unsere Kompetenz im Management von Inhalten und Daten gestärkt und Lösungen für Intelligent Document Lifecycle in unsere Open-Finance-Plattform integriert, mit denen Schweizer Banken und Versicherungen von innovativen und smarten Services rund um Document Processing, Archivierung und Suche profitieren. Gemeinsam arbeiten wir an einem Offering für das Customer Communication Management, das unser integriertes Document-Lifecycle-Portfolio abrundet. Wir setzen unser Wachstum sowohl in der Breite als auch in der Tiefe fort und sehen dafür in unseren beiden Marktbereichen Banking und Insurance grosses Potenzial.

Zum Schluss des Interviews haben Sie zwei Wünsche frei, wie sehen die aus?
Ich bin Optimist und Technologie-Fan und wünsche mir deshalb, dass sich der rasante Fortschritt in AI konsequent auf den Nutzen für Mensch und Gesellschaft ausrichtet. Das Potential ist riesig. Und zweitens wünsche ich mir gerade durch diesen Fortschritt noch mehr Zeit für uns alle zu bereicherndem Austausch unter Menschen.

Über Inventx
Innovation, Interaktion, Swissness
Inventx ist die Schweizer IT- und Digitalisierungspartnerin für führende Finanz- und Versicherungsdienstleister. An den Standorten in Chur, Zürich-Flughafen, St. Gallen und Bern leben die über 380 Mitarbeitenden die Nähe zum Kunden. Inventx steht für höchstes Qualitäts- und Sicherheitsdenken sowie sichere Datenhaltung in der Schweiz – auch dank drei eigenen Rechenzentren. Das unabhängige und eigentümergeführte IT-Unternehmen konzipiert, betreibt und integriert Applikations-, IT- und Cloud-Lösungen für namhafte Kunden in der Finanz- und Versicherungsindustrie.

Moneycab.com · Helmuth Fuchs
Sisum Vitg 148A · 7147 Vignogn (GR)
Mobile 079 421 05 09
helmuth.fuchs@moneycab.com
www.moneycab.com

Anzeige

SKV Association Suisse des PME
Associazione Svizzera delle PMI
Schweizerischer KMU Verband

MIGROL

3 Rp./L günstiger tanken

Mit der Migrolcard an 370 Stationen bargeldlos tanken, waschen und einkaufen.
Erfahren Sie mehr zu Ihren Vorzugskonditionen auf www.kmuverband.ch/migrol.

EXKLUSIVES ANGEBOT
FÜR SKV-MITGLIEDER
Profitieren Sie jetzt als Schweizerisches KMU Verbands-Mitglied von bis zu 50 % Rabatt auf unsere Sunrise Business Produkte. Kombinieren Sie Festnetz, Internet und TV und sichern Sie sich Ihren Preisvorteil – inklusive Entertainment-Angebot.
Wir beraten Sie gerne direkt über den Schweizerischen KMU Verband und nehmen Ihre Bestellung entgegen. Oder besuchen Sie uns auf:
kmuverband.ch/sunrise.html
Sparen Sie bis zu
50%
Sunrise
BUSINESS
In partnership with
SKV
Schweizerischer KMU Verband

Aus der Praxis für die Praxis

Ein pragmatisches Vorgehen für die Veränderung des Geschäftsmodells

Viele Märkte verändern sich immer häufiger, schneller und zudem grundlegend. KMU müssen daher laufend Geschäftsmodelle anpassen. Viele der über 160 unabhängigen Berater aus dem schweizweiten Netzwerk adlatus haben bereits Geschäftsmodellveränderungen in ihren beruflichen Tätigkeiten als Unternehmer, Kader oder Spezialisten realisiert. Der Adlatus-Berater Flavio Canetti zeigt hier auszugsweise, wie er als Coach bei KMU deren Geschäftsmodelle mit der Geschäftsleitung pragmatisch anhand von fünf grundsätzlichen Fragen in einfacher Sprache erarbeitet.

1. Wie erkenne ich die Notwendigkeit einer Veränderung meines Geschäftsmodells?
Gibt es Vorboten einer potenziellen Veränderung meines Marktes? Was sagen mir meine Kunden, meine Lieferanten? Gibt es neue Konkurrenten mit innovativen Lösungen? Was sind die grossen gesellschaftlichen Herausforderungen der Gegenwart, die sich auf mein Geschäftsmodell auswirken könnten, geopolitische Veränderungen, Preis und Verfügbarkeit von Energie?

2. Was ist mein Ziel, wenn ich mein Geschäftsmodell verändere?
Was wollen Sie durch die Veränderung verbessern? Geht es um die Art und Weise, wie Sie Ihre Ware oder Dienstleistung herstellen? Oder zielen Sie darauf ab, wie Sie Ihre Produkte an Ihre Kunden verkaufen, direkt, über Zwischenhändler, im Laden, im Internet? Oder hinterfragen Sie, womit Sie effektiv Ihr Geld verdienen, mit dem Produkt oder dem Verbrauchsmaterial oder mit einer Kombination aus mehreren Ansätzen?

Müssen Sie ein Kosten-, Termin- oder Qualitätsproblem lösen? Müssen Sie sich an ein neues Kaufverhalten Ihrer Kunden anpassen oder wollen Sie dem Trend sogar zuvorkommen? Müssen Sie neue gesetzliche Bestimmungen einhalten?

Sie müssen klare und quantifizierte Ziele festlegen: Welche Kosteneinsparungen? Welche Erhöhung oder Beschleunigung der Lieferungen? Welche Qualitätsverbesserung? Wie viele zusätzliche Verkäufe, in welchem Zeitraum, auf welchem Markt? Welche Steigerung der Rentabilität? Reduktion von Kundenbeschwerden?

3. Was brauche ich, um diese Veränderung erfolgreich durchzuführen?
Beschreiben Sie zunächst ausführlich die geplanten Veränderungen. Schätzen Sie dann ab, wie diese realisiert werden können. Benötigen Sie neue Gebäude, Ausrüstungen oder Ressourcen, spezielle Partner oder Lieferanten für bestimmte Aufgaben, Lösungen für die Absatzfinanzierung? Brauchen Ihre Mitarbeiter eine neue Aus- oder Weiterbildung?

Wie hoch sind die Kosten für jede Veränderung und wie lange dauert ihre Umsetzung? Wie viele Kostenvoranschläge werden Sie einholen, von wem? Wie finanzieren Sie die Veränderung? Können Sie auf Ihre Barmittel zurückgreifen, auf Ihre Rücklagen? Brauchen Sie eine externe Finanzierung, zu welchem Zeitpunkt, zu welchen Bedingungen?

4. Wie werde ich die Veränderung planen und umsetzen?
Die Veränderung des Geschäftsmodells ist ein Projekt von sehr grosser Bedeutung für Ihr Unternehmen. Wer wird es steuern? Sie selbst, indem Sie die nötige Zeit zur Verfügung stellen, oder ein Projektleiter? In beiden Fällen: Wie wird das Projektteam aussehen und welche Rolle wird jeder Einzelne spielen?

Welche Leistungsindikatoren wie Kosten, Gewinnspanne, Qualität, Zeit werden entscheidend für den unternehmerischen Erfolg sein? Auf welche Art und wie oft werden Sie die Indikatoren überprüfen? Sie müssen die Veränderung erfolgreich durchführen, ohne den Alltag zu stören. Sie können sogar in Erwägung ziehen, das bisherige und das neue Geschäftsmodell für eine gewisse Zeit nebeneinander laufen zu lassen. Um dies zu erreichen, benötigen Sie einen detaillierten und genauen Ablaufplan, der alle Aspekte des Veränderungsprozesses abdeckt, einschliesslich der Kommunikation.

5. Wie soll ich die Veränderung kommunizieren?
Interne Kommunikation: Viele Menschen mögen Veränderungen nicht. Um erfolgreich zu sein, müssen Sie daher die aktive Unterstützung Ihrer Mitarbeiter gewinnen. Stützen Sie sich auf Ihre motiviertesten Mitarbeiter, indem Sie ihnen eine aktive Rolle im gesamten Prozess übertragen, und zwar bereits in der Reflexionsphase. Danach kommunizieren und erklären Sie die Veränderung allen Mitarbeitern, auf gleicher Augenhöhe. Bei Bedarf, bieten Sie unterstützende Lösungen an, um negative Auswirkungen abzuschwächen.

Für die Kommunikation nach aussen sollten Sie Ihre besten Kunden in den Veränderungsprozess laufend einbeziehen. Der Hauptteil der Kommunikationskampagne sollte jedoch erst stattfinden, wenn die Veränderung intern umgesetzt ist. Nutzen Sie dazu eine Ausstellung oder ein anderes wichtiges Ereignis in Ihrer Branche! Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, um das Image und das grafische Erscheinungsbild anzupassen. Wichtigster Inhalt: Die Vorteile für Ihre Kunden.

Mit seiner langjährigen Führungserfahrung integriert Flavio Canetti alle Informationen aus diesen fünf Fragen in einen realisierbaren, klar strukturierten Plan für die Veränderung des Geschäftsmodells und unterstützt die Geschäftsleitung sowie die Mitarbeiter im KMU bei der Umsetzung.

Seit über 40 Jahren besteht adlatus als Verein mit einem schweizweiten Netzwerk ehemaliger Unternehmer, Kader und Spezialisten, welche ihre Erfahrung und ihr Wissen den KMU zeitnah, praxisorientiert und zu fairen Konditionen anbieten.

Kontaktieren Sie uns! Das Erstgespräch bei Ihnen in der Unternehmung ist gratis. **Mehr Informationen: info@adlatus.ch · www.adlatus.ch**

adlatus
Erfolg dank Erfahrung
L'expérience qui fait la différence

adlatus
info@adlatus.ch · www.adlatus.ch

Eines der vorrangigen Ziele des Schweizerischen KMU Verbandes ist die Aus- und Weiterbildung der Mitglieder. Unsere Partner im Bereich Aus- und Weiterbildung, bieten ein umfangreiches Angebot an verschiedensten Themen an.

atlas business language	Als Mitglieder des Schweizerischen KMU Verbandes erhalten Sie die ersten beiden Lektionen eines Sprachkurses kostenlos
3P Professionals	–
BWL Institut Basel	Als Mitglieder des Schweizerischen KMU Verbandes erhalten Sie auf alle Lehrgänge des BWL Institut Basel einen Rabatt von 10%
Coachingzentrum Olten GmbH	–
easeIN21	Top-Academy für Soft Skills
Executive School der Universität St. Gallen	10 % Rabatt für SKV Mitglieder auf die Diplomlehrgänge WRM-HSG und MLP-HSG
Fachhochschule Graubünden	–
Freiraum Strategen	–
Gefahrgut-Shop	–
iffb Institut für Finanzbildung	
Innochamp	–
Rochester-Bern Executive MBA	–
SERV Schweizerischer Exportrisikoversicherung	–
STAUFEN.INOVA AG	10% Rabatt für SKV Mitglieder auf alle Seminare
SVEB Schweizerischer Verband für Weiterbildung	–
Swiss Coaching Association	–
ZHAW MarTech Lab	–

Anzeige

Anzeige

Finanzbildung für Unternehmer/Innen: Der Turbozünder!

Stefan Gut, Gründer vom IFFB, Geldtrainer und Unternehmer

Wie durch die nötige Finanzbildung mehr Lebensqualität und Unabhängigkeit entsteht?«Das habe ich doch nicht nötig! Ich weiss doch Bescheid! Ich kenne mich aus! Ich habe genügend Erfahrung! Ich habe keine Ahnung! Ich vertraue meinem Bänker und Treuhänder!» Genau solche und viele weitere Aussagen hat Stefan Gut, der Gründer vom IFFB und langjähriger Geldtrainer in der Schweiz, schon oft gehört. Selbst Treuhänder und Bänker investieren privat häufig nicht und falls sie investieren, dann sehr konservativ mit schwachen Gewinnen. Durch die nötige Finanzkompetenz kann ein Unternehmer/In seine Geldschleuse noch mehr öffnen.

Das Thema Finanzen ist Chefsache, dass darf MANN oder FRAU nicht delegieren. Eigenverantwortung ist Pflicht!
Es ist zu beobachten, dass viele Unternehmer ihr Potenzial durch falsche Geld-Denkmuster und Unwissenheit über Geld einfach verschenken. Gerade im privaten Bereich kann das Potenzial besser ausgeschöpft werden. So zum Beispiel durch den Einbezug des Lebenspartners und/oder der Kinder im Bereich Geldbewusstsein. WEIL GELD IMMER EIN THEMA IST! Wir sind der einzige Anbieter auf dem Markt, welcher direkt aus der Praxis FÜR die Praxis ein gesamtheitliches Geld-Weiterbildungspaket für die Unternehmerfamilie entwickelt hat. Das Institut für Finanzbildung lehrt viele Finanzthemen, vom Geldführerschein über den Blockchain Bereich bis hin zum KMU CASHFLOW Lehrgang.

Geldwissen und ein gesundes Geldmindset sind für Unternehmer aus mehreren Gründen äusserst wichtig:
1. Finanzielle Entscheidungen treffen: Als Unternehmer müssen Entscheidungen über Investitionen, Ausgaben, Kreditaufnahme und Budgetierung getroffen werden. Ein fundiertes Geldwissen ermöglicht es, fundierte Entscheidungen zu treffen, die langfristig den Erfolg des Unternehmens fördern.
2. Finanzplanung und -management: Die Fähigkeit, Finanzen zu planen und zu verwalten, ist für den Erfolg eines Unternehmens unerlässlich. Ein gutes Verständnis für Geldangelegenheiten hilft dabei, Budgets zu erstellen, Liquidität zu managen, Cashflow-Probleme zu identifizieren und zu lösen sowie finanzielle Ziele zu setzen und zu erreichen.
3. Risikomanagement: Geldwissen ermöglicht es Unternehmern, Risiken besser zu bewerten und zu managen. Dies beinhaltet die Absicherung gegen finanzielle Risiken wie unerwartete Ausgaben, Konjunkturschwankungen oder sogar unvorhergesehene Ereignisse auch Privat.
4. Verhandlung und Finanzierung: Eine gute Verhandlungsfähigkeit ist im Unternehmertum entscheidend. Ein fundiertes Wissen über Geld ermöglicht es Unternehmern, besser über Finanzierungs- und Kreditoptionen zu verhandeln, sei es bei der Aufnahme von Krediten, bei Investitionen oder bei Verhandlungen mit Investoren.
5. Langfristiges Wachstum und Nachhaltigkeit: Ein gesundes Geldmindset fördert langfristiges Wachstum und Nachhaltigkeit. Dies bedeutet, finanzielle Ressourcen klug einzusetzen, um das Unternehmen und den Privathaushalt auf eine stabile und nachhaltige Erfolgsspur zu bringen.
6. Psychologische Einstellung zum Geld: Das Geldmindset spielt ebenfalls eine grosse Rolle. Eine positive Einstellung zum Geld und zur finanziellen Freiheit kann Unternehmern helfen, Risiken einzugehen, Chancen zu ergreifen und ein gesundes Verhältnis zur finanziellen Sicherheit und Freiheit aufzubauen.
7. Geld bringt Freizeit: Wer sein Geld clever arbeiten lässt, kann früher aus dem Berufsleben aussteigen und noch viel mehr seine Lebenszeit nutzen. Oder die Freiheit zu haben einfach den Schlüssel der Firma zu drehen, ohne auf den Geldfluss aus der Firma angewiesen zu sein.

Insgesamt ist ein solides Verständnis für Geldangelegenheiten und ein gesundes Geldmindset von entscheidender Bedeutung, um langfristigen Erfolg im UNTERNEHMEN UND PRVIAT zu sichern, damit die finanzielle Gesundheit des Unternehmens gewährleistet ist. Die Investition in SEINE persönliche Geld-Weiterbildung bringt die grösste Rendite. Möchten auch Sie sich von den Vorteilen der nachhaltigen gesamtheitlichen Finanzbildung begeistern lassen?
Unter den nachfolgenden QR Code finden Sie mehr Informationen:

Teamresilienz: Gemeinsame Stärke in der Arbeitswelt 4.0

Der Schlüssel zu einer erfolgreichen Anpassung an die Anforderungen der modernen Arbeitswelt liegt nicht nur in der individuellen Resilienz, sondern auch im Aufbau von Teamresilienz. Ein widerstandsfähiges Team, das gemeinsam mit den Veränderungen und Herausforderungen wächst, bildet das Rückgrat für den Erfolg in der Ära von New Work und Künstlicher Intelligenz (KI).

Chancen und Risiken der neuen Arbeitswelt
Die neuen Arbeitsmodelle bieten Chancen für mehr Flexibilität, Eigenverantwortung und Innovation. Jedoch gehen sie auch mit Risiken wie Arbeitsüberlastung, Entgrenzung von Arbeit und Privatleben sowie der Gefahr von Informationsüberflutung einher. Der Schlüssel liegt in der Fähigkeit, diese Herausforderungen als Chance für die Weiterentwicklung zu betrachten.

Bedeutung der Künstlichen Intelligenz und Arbeit 4.0 für die Resilienz
KI kann eine transformative Rolle spielen, sowohl bei der Optimierung von Arbeitsprozessen als auch bei der Förderung der Resilienz. Durch datengestützte Erkenntnisse können frühzeitig Massnahmen zur Verbesserung des Arbeitsumfelds ergriffen werden. Auch auf Stress-Signale der Mitarbeitenden kann KI-gestützt rechtzeitig reagiert werden. Gleichzeitig müssen ethische und datenrechtliche Aspekte sowie Ängste hinsichtlich des Verlusts von Arbeitsplätzen durch Automatisierung bedacht werden.

Die neuen Arbeitsmodelle bringen allerdings auch Herausforderungen mit sich, wie zum Beispiel die Vermischung von Arbeit und Privatleben. Es ist daher von grosser Bedeutung, auf die psychische und physische Gesundheit der Mitarbeiter zu achten und Strategien zur Vorbeugung von Burnout und Stress zu entwickeln.

Ganzheitliche Resilienz im Team fördern
In der sich wandelnden Arbeitswelt sind Teamresilienz, mentale Gesundheit und Körperresilienz untrennbar miteinander verbunden. Ein ganzheitlicher Ansatz, der die verschiedenen Ebenen des Teamresilienz-Modells und die Prinzipien der Body-Mind-Medizin berücksichtigt, ist entscheidend. Teams, die in der Lage sind, flexibel auf Veränderungen zu reagieren, sich gegenseitig unterstützen und die Gesundheit ihrer Mitglieder fördern, werden die Herausforderungen der neuen Arbeitswelt erfolgreich bewältigen.

Das Modell der Teamresilienz-Pyramide (Dr. Ullmann & Weber, 2023) zeigt auf, welche Elemente die Teamresilienz fördern:
Normative Ebene: Definierte Werte und Ziele schaffen eine gemeinsame Basis. Die Einhaltung klarer Strukturen und eine offene Kommunikation mit einer konstruktiven Fehlerkultur fördern das Vertrauen und Zusammengehörigkeitsgefühl im Team. In der Teamarbeit ist es essenziell, offenes Feedback als Beitrag zum gemeinsamen Erfolg zu verstehen.

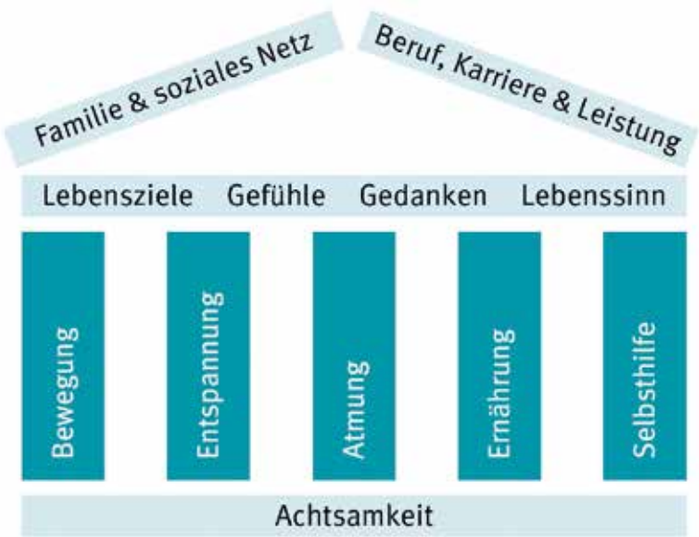
Haltungsebene: Eine positive und lösungsorientierte Einstellung ist essenziell für ein gut funktionierendes Team und baut auf den gemeinsamen Werten auf. Dabei ist es wichtig, ein Umfeld zu schaffen, in dem Fehler als Lernmöglichkeiten betrachtet werden.

Motivationsebene: Gegenseitige Wertschätzung und die Möglichkeit, individuelle Stärken einzubringen, fördern die gemeinsame Zielerreichung und motivieren zu Bestleistungen.

Die Body-Mind-Medizin (Benson, 1960) betrachtet wiederum die Wechselwirkungen zwischen Körper und Psyche. Ein gesunder Körper ist die Basis für mentale und emotionale Widerstandsfähigkeit. Der Body-Mind-Ansatz baut auf den fünf tragenden Säulen Ernährung, Bewegung, Entspannung, Atmung und Selbsthilfe auf. Die Körperresilienz ist also an die mentale Gesundheit gekoppelt; hören wir auf die Signale des Körpers, können wir unsere psychische Verfassung proaktiv beeinflussen.

Teamcoaching als Katalysator für Teamresilienz
Die Entwicklung von Teamresilienz und die Förderung von mentaler und physischer Gesundheit in der Ära von New Work sind anspruchsvolle, aber entscheidende Herausforderungen. Hier kann Teamcoaching eine Schlüsselrolle spielen, um Teams zu stärken, ihre Resilienz zu fördern und eine gesunde, produktive Arbeitsumgebung zu schaffen. Nachfolgend seien fünf Beispiele aufgeführt, wie Teamcoaching positiv auf die Teamentwicklung wirken kann:

Teamresilienz Modell (Dr. Ullmann & Weber)



Der Tempel der Gesundheit
Die 5 Säulen der Mind-Body-Medizin (Herbert Benson, 1960)

Teamcoaching ermöglicht es, Kommunikationsstrukturen zu verbessern und die Zusammenarbeit innerhalb des Teams zu optimieren. Eine offene Kommunikation mit einer positiven Feedbackkultur ist entscheidend für die Entwicklung einer resilienten Teamkultur.

2. Konfliktlösung und Umgang mit Veränderungen:
Mittels Mediation können Teams lernen, konstruktiv mit Konflikten umzugehen und Veränderungen als Chance zu begreifen. Dies fördert eine positive Haltung und die Fähigkeit, gemeinsam Herausforderungen zu bewältigen.

3. Stärkung von Teamidentität und -bindung:
Ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl und eine klare Teamidentität sind wichtige Elemente der Teamresilienz. Teamcoaching unterstützt dabei, diese Aspekte zu stärken und eine positive Haltung gegenüber gemeinsamen Zielen zu entwickeln.

4. Entwicklung der psychologischen Sicherheit:
Durch gezielte Teamübungen und Kommunikationsregeln kann Teamcoaching die psychologische Sicherheit fördern, was zu einem gestärkten Teamzusammenhalt führt. Die psychologische Sicherheit im Team bietet einen Rahmen, in dem sich die Mitglieder frei äussern können, ohne Angst vor negativen Konsequenzen.

5. Unterstützung der mentalen und physischen Gesundheit:
Durch den Fokus auf Stressbewältigung, Umgang mit Veränderungen und Gesundheitsförderung trägt Teamcoaching dazu bei, die Sensibilisierung für die mental-physische Gesundheit im Team zu stärken.

Insgesamt schlägt Teamcoaching eine Brücke zwischen der Organisation beziehungsweise der Führung und der Mitarbeitenden, fördert die Zusammenarbeit und leistet einen wichtigen Beitrag, dass Teams nicht nur auf individueller, sondern auch auf kollektiver Ebene widerstandsfähig gegenüber den Herausforderungen der modernen Arbeitswelt sind. Es ist eine ganzheitliche Investition in die Zukunftsfähigkeit von Teams.

Text von: Sonja Kupferschmid

Autorin: Sonja Kupferschmid
Sonja Kupferschmid ist beim Coachingzentrum Olten in der Geschäftsführung tätig und hat sich beim Auf- und Ausbau des Weiterbildungsangebots vertieft mit dem Thema Coaching auseinandergesetzt. Durch ihre langjährigen praktischen Erfahrungen und umfangreiches Knowhow als Arbeits- und Organisationspsychologin, als Coach und Ausbildnerin sowie in der Produkteentwicklung verfügt sie über ausgewiesenes Expertenwissen in den Bereichen Coaching, betriebliches Mentoring, Resilienztraining sowie Teamcoaching und Supervision.

Werden Sie Coach. Zeigen Sie Wirkung.
Möchten Sie Menschen in Veränderungsprozessen wirksam begleiten? Entwickeln Sie Ihre Coaching-Kompetenz und bilden Sie sich in den Bereichen Agile Teamcoaching und Supervision, Resilienztraining oder Betriebliches Mentoring weiter.
Webseite: www.coachingzentrum.ch/ausbildungen

coachingzentrum
Beratungsausbildung mit Wirkung

CZO Coachingzentrum Olten GmbH
Konradstrasse 30 · 4600 Olten
Telefon 062 926 43 93 · www.coachingzentrum.ch

SKV
Schweizerischer KMU Verband

iba
Büro und mehr

Partner-angebot

SKV-Mitglieder profitieren bei iba

- 10% Rabatt auf Ihre Grossbestellung (einmal einlösbar pro Jahr)
- Gratis-Lieferung innerhalb von 24 h
- Kein Mindestbestellwert
- Best Price Garantie – Sie erhalten Ihre Ware immer zum günstigsten Tagespreis

SKV-Sonderkonditionen

PROFIT® Top Konditionen auf dem gesamten iba Sortiment und Dienstleistungsangebot

- Büromaterial
- Geschäftsdrucksachen, Visitenkarten und Werbeartikel
- Logistikdienstleistungen
- Druckgeräte und Zubehör
- Büroeinrichtungen

Bei iba noch nicht als SKV-Mitglied erfasst?

Senden Sie Ihre Koordinaten mit dem Vermerk SKV an member@iba.ch

Treuerabatt

20.–

auf Ihre Bestellung ab CHF 100.–

Dieser Rabatt kann nur einmal eingelöst werden und ist nicht gültig für Dienstleistungen und nicht kumulierbar mit weiteren iba Rabatt-Gutscheinen. Preise exkl. MwSt. Gültig bis 31. Dezember 2024.

Im Online-Warenkorb Code **SKV24** eingeben oder am Telefon erwähnen

iba | OWIBA AG | Gewerbestrasse 16 | 3065 Bolligen | Gratis-Telefon 0800 32 00 32 | www.iba.ch

Die OKR-Einführung

José Santos, Geschäftsführer, Blue Archer - OKR Master

OKR steht für Objectives and Key Results, was auf Deutsch so viel bedeutet wie «Ziele und Schlüsselergebnisse». OKR bieten einen einfachen Rahmen, um auf Organisations- oder Teamebene Ziele auf transparente Weise festzulegen und aktiv daran zu arbeiten. Es gibt verschiedene Ansätze für die Einführung von OKR in einem Unternehmen, und die Wahl hängt oft von der Unternehmenskultur, Grösse, Branche und den Zielen der Organisation ab. Daher sollte der Umfang einer OKR-Einführung gut überlegt sein.

OKR-Gesamteinführung
Die Einführung über die gesamte Organisation erzeugt die maximale Wirksamkeit. Die Geschäftsführung definiert die Vision und Zweck und das Jahresziel.
- Die Bereiche können auch ihre Bereichs-Jahresziele festlegen.
- Die Teams erstellen die OKR und richten diese mit der ganzen Organisation aus.

Vertikale OKR-Einführung
Bei der vertikalen Einführung kann OKR in der Wirksamkeit sich optimal entfalten.
- Die Geschäftsführung definiert die Vision und Zweck, der Bereich das Jahresziel und das Team die OKR.

OKR-Einführung in einer Struktur
Die Wirksamkeit von OKR zeigt sich hier, weil über das Jahresziel eine gemeinsame Ausrichtung der Teams erreicht wird.
- Der Umfang muss nicht ein kompletter Bereich sein, sondern kann ein Teilbereich, eine Niederlassung, ein Department oder ähnliches sein.

OKR-Einführung mit nur einem Team
Es lässt sich auch mit nur einem einzigen Team starten, um die Wirksamkeit in einer Organisation zu erproben.
- Unter Umständen kann der Umfang der OKR-Einführung zu klein sein, um wirkliche Veränderung zu bemerken.

Horizontale OKR-Einführung
Dies ist der unwirksamste Ansatz, weil die Ziele der Bereiche nach unten kaskadiert bzw. delegiert werden.
- An dieser Stelle verliert sich die Wirkung von OKR.

Weiterführende Überlegungen mit Vorteilen und Herausforderungen:

1. Top-Down:
- Vorteile: Klare Ausrichtung auf die Unternehmensstrategie, schnelle Implementierung.
- Herausforderungen: Möglicher Mangel an Beteiligung der Mitarbei tenden und Innovationspotenzial.

2. Bottom-Up:
- Vorteile: Fördert Mitarbeiterengagement, Bottom-Up-Innovation.
- Herausforderungen: Schwierigkeiten bei der Sicherstellung von Konsistenz und Ausrichtung, insbesondere in grösseren Organisationen.

3. Pilotprojekte:
- Vorteile: Geringeres Risiko, Möglichkeit zum Sammeln von Erfahrungen, schrittweise Skalierung.
- Herausforderungen: Möglicher Mangel an umfassender Ausrichtung, wenn nicht gut gesteuert.

Der Mehrwert einer OKR-Einführung kann je nach Situation und den Zielen des Unternehmens variieren. Der entscheidende Faktor für den Erfolg liegt oft in der sorgfältigen Planung, der Schulung und der kontinuierlichen Anpassung des OKR-Systems an die sich ändernden Bedürfnisse der Organisation. Eine Einführung von OKR ermöglicht eine fokussierte Umsetzung der Strategie.

Als OKR-Master bringe ich die notwendigen Fachkenntnisse ein, unterstütze bei der klaren Definition von Zielen, fördere die Umsetzung im Team, überwache den Fortschritt, biete Schulungen an, optimiere das System und trage so dazu bei, dass ihr Unternehmen die strategischen Ziele effizient erreichen kann. Damit helfe ich Fokus, Klarheit und Ausrichtung im gesamten Unternehmen zu schaffen.

Blue Archer ist Ihr Ansprechpartner, wenn es um OKR im Unternehmen geht und unterstützt Sie bei der Erreichung der Ziele, mit der Einführung von Objectives & Key Results.

Beitrag & Autor: José Santos
Geschäftsführer, Blue Archer OKR Master

BLUE ARCHER
GEZIELT MIT ABSICHT

Mobile 079 694 99 99 · Info@bluearcher.ch · www.bluearcher.ch

Mehrwertpartner die Ihre Produkte und Dienstleitungen mit einem Mehrwert anbieten

Arbeitsplatz	CARBON Connect	Kompensationsmassnahmen	Lösungen für einen kleineren CO^2-Fussabdruck und eine klimapositive Welt
	CRIF AG	ESG-Zertifikat	Als SKV-Mitglied erhalten Sie der ESG-Zertifikat zum Vorzugspreis von CHF 160.–
	LEDVANCE AG	Beleuchtungen	Effizienz, Funktion, Konzentration
	MEWA Service AG	Arbeitsschutzartikel	5 % Rabatt oder Gutschein im Wert von CHF 60.– (SKV Mitglieder)
	Reka Schweizer Reisekasse Genossenschaft	Benefits	Reka-Pay – ideal als Lohnnebenleistung oder Prämie
	SLKK	Krankenkasse	Als SKV-Mitglied profitieren Sie von attraktive Angebote
Büroservice	IBA	Büromaterial /-möbel	Sonderkonditionen nach Anmeldung im iba Shop mit Vermerk «SKV Mitglied»
	PayrollPlus AG	Digitale Lohnplattform	–
Finanzierung	aequitex AG	Vorfinanzierung	30% Rabatt auf die Plattform-Gebühr im ersten Jahr
	Bonus Card VISA	Kredit / Finanzierung	
	CETI Bridge Facility	Investorenplattform	Kostenlose Erstberatung
	Noventus	Vorsorgelösungen	–
Genuss	ibervinos AG	Weine & Reisen	–
Gesundheit	CforC GmbH	Gesundheitsmanagement Persönlichkeitsentwicklung	10 % Rabatt für SKV Mitglieder auf Coaching oder Workshops
	Krebsliga Schweiz	Coaching	Coaching für Vorgesetzte zu «Krebs und Arbeit»
	Sanasearch.ch	Therapeutennetzwerk	Als SKV-Mitglied profitieren Sie von 10 % Rabatt auf Sanasearch-Gutscheine
	Stedtnitz design your life GmbH	Prävenzion und Recovery	Neue Lebensfreude mit einem gezielten Programm
	VDM-Academy GmbH	Nahrungsergänzungsmittel	–
Hotels & Reisen	Allianz Travel	Reisen-/Cyber-Versicherungen	Versicherungen zu Spezialkonditionen
	Hotelcard AG	Hotel / Reisen	Sie sparen CHF 20.– (d. h. CHF 79.– anstatt CHF 99.–)
	Migrol AG	Treibstoff	Migrolkarte bestellen und von Spezialkonditionen profitieren
	Radisson Blu Hotel St. Gallen	Hotel / Reisen	–
	Volvo Car Switzerland	Mobilität	8 % Rabatt für SKV Mitglieder bei aktuellen Modelle
Informatik	Brevo	CRM-Suite für KMU	Führende CRM-Suite für Unternehmen, die nachhaltige und langfristige Kundenbeziehungen aufbauen möchten, um in einer sich schnell verändernden digitalen Welt expandieren zu können
	Completa AG	Business-App	Hol dir deinen Mehrwert dank dem modernsten, zentralen Kommunikation-, Präsentation-, Information- und Organisation's Tool!
	DocuWare GmbH	Documentmanagement-System	10 % Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen
	KUMAVISION AG	Business-Software	10 % Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen
	RCC GmbH	Prozessoptimierung	–
Inkasso/ Debitoren	Inkassosolution	Inkasso / Debitoren	–
Internet	Kundenversprechen	Onlinenetzwerk	Eintrag im Vertrauens-Netzwerk
	mercateo	Onlinehandelsplattform	Ihre Einsparpotenziale im indirekten Einkauf, in über 4,6 Mio Artikeln
Marketing	Cohaga AG	Adressdatenbanken	Adressen, die so noch niemand hat: für 80 unterschiedliche Branchen aus 6 Kateorien
	Goldbach Group AG	Werbemassnahmen	Massgeschneiderten Lösung, damit Sie Ihr Produkt im richtigen Moment an die richtige Zielgruppe bringen können
	miiting.com	Business Netzwerk	Auf miiting finden Business Netzwerker neue Kontakte und Geschäftsmöglichkeiten. PREMIUM kostenlos für SKV-Mitglied
	Performance Partners GmbH	Unternehmensentwicklung	–
	Scheidegger Siebdruck	Werbung	10 % Naturalrabatt (z. B. 110 Ex zum Preis von 100 Ex.)
	Victory Consulting GmbH	IT- & Marketingpartner	
	Werbeagentur Forster	Webdesign und Onlinemarketing	10% Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen
Tele-kommunikation	Sunrise GmbH	Telekommunikation	All-in-one-Lösung für KMU und Selbständige

Rechnungsvorfinanzierung zu 100% online innerhalb von 24-72h mit Aequitex!

In der heutigen schnelllebigen Geschäftswelt kämpfen kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) oft mit Liquiditätsengpässen. Hier setzt Aequitex an - eine innovative Peer-to-Peer Factoring Plattform, die die Finanzierungslandschaft für KMU in der Schweiz revolutioniert.

Aequitex hat sich zum Ziel gesetzt KMU einen einfachen, fairen und schnellen Zugang zu Liquidität zu ermöglichen, indem sie ihre Rechnungen über einen digitalen Marktplatz verkaufen. Gleichzeitig bietet Aequitex Investoren liquide Anlagemöglichkeiten mit hoher Rendite und kalkulierbaren Risiken.

Factoring mit Aequitex

Das Factoring mit Aequitex bietet Unternehmen den Vorteil, schnell an Liquidität zu gelangen, indem sie ausstehende Rechnungen über den Aequitex-Factoring-Marktplatz an unsere Investoren-Community verkaufen. Factoring ist eine sehr geeignete Finanzierungsoption für Unternehmen, die sofort Liquidität benötigen und nicht warten wollen, bis ihre Kunden nach 30, 60 oder 90 Tagen die Rechnungen begleichen. Es ist besonders hilfreich für KMU oder Start-ups, um die eigenen Wachstumspläne zielstrebig zu verfolgen.

Für Rechnungsverkäufer/-innen: Freisetzung von Betriebskapital

Für diejenigen, die schnell und unkompliziert auf Liquidität zugreifen möchten, bringt die Registrierung als Rechnungsverkäufer/-in bei Aequitex zahlreiche Vorteile mit sich:

1. Schneller Zugang zu Liquidität: Rechnungsverkäufer/-innen können ihre ausstehenden Rechnungen schnell und einfach auf die Aequitex-Plattform hochladen. Sobald ein Investor die Rechnung erwirbt, werden die Gelder rasch ausgezahlt, zum Teil bis zu 99% des Rechnungsbetrags.

2. Schnelle Finanzierungsdurchlaufzeit: Rechnungen werden in der Regel innerhalb von 24-72 Stunden freigegeben und verkauft. Diese schnelle Abwicklung stellt sicher, dass Unternehmen genau dann das benötigte Betriebskapital erhalten, wenn sie es am dringensten brauchen.

3. Zugang zu einem Pool von Investoren: Aequitex öffnet die Tür zu einem Netzwerk globaler Investoren, die kleine und mittelständische Unternehmen in der Schweiz unterstützen möchten.

4. Transparente und faire Bedingungen: Aequitex legt Wert auf Transparenz und Fairness. Klare Bedingungen, wettbewerbsfähige Raten und keine versteckten Gebühren stellen sicher, dass Rechnungsverkäufer/innen Entscheidungen treffen können, die ihren finanziellen Zielen entsprechen. Aequitex erhebt eine kleine jährliche Gebühr von CHF 240, die erst verrechnet wird mit dem Erlös der ersten Rechnung, die Sie erfolgreich über Aequitex verkauft haben. Ausserdem wird beim Verkauf Ihrer Rechnung ein individueller Risikoabschlag berechnet und von Ihrem Auszahlungsbetrag abgezogen. Dieser Abschlag muss von Ihnen bestätigt werden, bevor Ihre Rechnung auf dem Marktplatz zum Verkauf angeboten wird. Die Registrierung als Rechnungsverkäufer/-in bei Aequitex ist einfach und dauert in der Regel nicht länger als 10 Minuten. In 4 einfachen Schritten haben Sie sich registriert und können loslegen Ihre Rechnungen online zu verkaufen.

Für Investoren: Unterstützung Schweizer KMU

Sind Sie bereits Investor oder interessieren Sie sich für Investitionen in kleine und mittelständische Unternehmen in der Schweiz? Dann sollten Sie sich auf Aequitex registrieren. Mit Aequitex können Sie Ihr Anlageuniversum erweitern und gleichzeitig Schweizer KMU unterstützen:

1. Vielfältige Anlagemöglichkeiten: Aequitex bietet eine Vielzahl von Rechnungen aus verschiedenen Branchen und Unternehmen an. Investoren können Rechnungen auswählen, die mit ihrer Risikobereitschaft und Anlagestrategie übereinstimmen.

2. Risikominderung durch Technologie: Aequitex setzt fortschrittliche Technologien zur Risikobewertung ein, um potenzielle Zahlungsausfälle im Zusammenhang mit der Rechnungsfinanzierung von vornherein zu minimieren. Diese technologische Kompetenz gewährleistet eine sichereres und reibungsloses Factoringerlebnis.

3. Wettbewerbsfähige Renditen: Durch das Kaufen von Rechnungen über Aequitex können Sie eine durchschnittlich prognostizierte Rendite von bis zu 5% in durchschnittlich 45 Tagen erzielen.

4. Einfache Anlagenverwaltung: Als Investor können Sie sich auf unserem übersichtlichen Marktplatz ganz einfach die Rechnungen heraussuchen, die Ihren Anlagevorstellungen entsprechen und den Erfolg in dem benutzerfreundlichen Dashboard mitverfolgen.

5. Keine Gebühren: Von Investoren werden keine Gebühren erhoben.

Institutionelles Investieren und Aequitex

Aequitex bietet massgeschneiderte Lösungen für institutionelle Investoren, die Factoring als Teil ihrer Anlagestrategie integrieren möchten. Mit unseren automatisierten Factoringlösungen erfolgt der Ankauf Ihrer Rechnungen automatisch entsprechend Ihrer vordefinierten Kriterien.

Kontaktieren Sie uns, um loszulegen.

Als SKV-Mitglied erhalten Sie einen Spezialrabatt von 30% auf die Plattform-Gebühr im ersten Jahr, wenn Sie sich über den QR-Code-Link oder direkt unter https://www.aequitex.com/skv registrieren. Für weitere Informationen oder Anfragen kontaktieren Sie uns bitte.

aequitex.
LIQUIDITY THE EASY WAY

aequitex AG
Gubelstrasse 24 · 6300 Zug · Telefon 079 506 53 91
info@aequitex.com · www.aequitex.com

Farbtherapie und die Wirkung auf den Menschen

Warum Farben einen bedeutenden Einfluss auf unsere physische und psychische Gesundheit haben.

Farben und dessen Einfluss sind allgegenwärtig, oft ohne dass wir es bewusst wahrnehmen. Von der Kleidung, die wir tragen, über die Umgebung, in der wir uns aufhalten, bis hin zu den Lebensmitteln, die wir konsumieren. Doch auch wenn uns Farben in allen Lebensbereichen begleiten, werden die Auswirkungen auf unsere Psyche und unseren Körper oft unterschätzt. Die Farbtherapie, als innovativer Zweig der alternativen Medizin, untersucht, wie Farben nicht nur visuell ansprechend sind, sondern auch tiefe Heilkräfte in sich bergen.

Energetische Wirkung

Die Grundprinzipien der Farbtherapie beruhen auf der spezifischen Schwingung jeder Farbe, die bestimmte Eigenschaften und Wirkungen hat. Farben werden als unterschiedliche Wellenlängen von Licht betrachtet. Jede Farbe entspricht einer bestimmten Wellenlänge, die auf den Körper einwirkt. Die Farbtherapie verwendet diese Eigenschaften, um gezielt Licht in verschiedenen Farben einzusetzen. Entweder durch die Farblicht-Bestrahlung, die visuelle Stimulation oder die Verwendung von farbigen Objekten. Dadurch können physische und psychische Beschwerden behandelt werden. Laut der Farbtherapie können Farben auf verschiedene Weisen aufgenommen werden – einschliesslich über die Augen, die Haut, den Verdauungstrakt, die Aura und die Chakren. Die Auswirkungen reichen bis auf zellulärer Ebene, indem sie das Hormon- und Nervensystem regulieren und die Selbstheilungskräfte aktivieren.

Erika Schneider ist Dipl. Farbtherapeutin & Energetikerin

Geschichtlicher Hintergrund

Die Farbtherapie ist eine der ältesten ganzheitlichen Behandlungsmethoden. Sie basiert ursprünglich auf der heilenden Wirkung des Sonnenlichts. Die Azteken, Mayas und Ägypter verehrten die Sonne als etwas Göttliches und schrieben ihr übernatürliche Heilkräfte zu. In allen alten Kulturen wurden Licht und Farben zur Linderung von Beschwerden eingesetzt. Später setzte sich die Erkenntnis durch, dass die einzelnen Farben jeweils spezifische Wirkungen besitzen. Vielfach wurden ihnen daher auch Götter zugeordnet. In Ägypten z. B. brachte man Rot mit Amun, Gelb mit Horus, Grün mit Osiris und Blau mit Anubis in Verbindung.

Farben und ihre Intentionen

Die Farbtherapie-Lampe macht die Farbtherapie zur alternativen Medizin und darum ist sie eines der wichtigsten Instrumente, um eine Verbesserung auf allen Ebenen zu erwirken. Indem man sich auf eine bestimmte Farbe konzentriert oder sie mental visualisiert, soll eine positive Wirkung auf den Gemütszustand und die Gesundheit erzielt werden. Ein weiterer Bestandteil der Farbtherapie kann die Integration von Farben in die Meditation und Visualisierungstechniken sein.

Rot: Wärmt, aktiviert Körperfunktionen und reinigt das Blut. Die Farbe stärkt Mut, Tatkraft, Selbstvertrauen und Begeisterungsfähigkeit.
Orange: Kräftigt die Muskeln und die Haut, fördert die Beweglichkeit und löst Blockaden. Steigert Lebensfreude, Kreativität und soziales Verhalten.
Gelb: Fördert den Fluss von Körperflüssigkeiten, reinigt den Körper. Ist angstlösend, belebend und fördert die Konzentration.
Grün: Regeneriert Körperfunktionen, unterstützt die Wundheilung, gleicht aus und wirkt desinfizierend. Fördert Geduld, Hoffnung, innere Ruhe und Mitgefühl.
Türkis: Wirkt kühlend, fördert den Stoffwechsel und Ausdruckskraft. Öffnet den Geist, fördert Wahrheitserkenntnis und Selbstbestimmung.
B**lau:** Wirkt kühlend und hemmt entzündliche Prozesse. Stärkt Vertrauen, wirkt stresslösend und fördert Intuition.
Violett: Entspannt, reinigt und fördert einen gesunden Schlaf. Transformiert Leiden, fördert Weisheit und Mystik.

Durch die gezielte Anwendung von Farben können Gedanken gewandelt werden, Blockaden und Traumata können sich aufheben, Verspannungen im Körper werden gelöst und chronische Beschwerden können gelindert werden. Die Farbtherapie eröffnet einen faszinierenden Weg, die natürlichen Heilungskräfte des Körpers zu aktivieren und ein harmonisches Gleichgewicht von Körper, Geist und Seele zu fördern.

Sanasearch in Zusammenarbeit mit dem Fachverband Farbtherapie Schweiz und Erika Schneider.

Erika Schneider ist Dipl. Farbtherapeutin & Energetikerin aus Oberuzwil bei St. Gallen. Sie ist Präsidentin beim Fachverband Farbtherapie Schweiz. Ein Termin bei Frau Schneider kann online über **www.sanasearch.ch** gebucht werden.

sanasearch.ch

Sanasearch
Hardturmstrasse 169 · 8005 Zürich
Telefon 044 444 50 80
info@sanasearch.ch · www.sanasearch.ch

Gemeinsam gegen Versorgungslücken

Krebsbetroffene Menschen, wie zum Beispiel Memory, bekommen Versorgungslücken zu spüren. Die Krebsliga setzt sich dafür ein, diese Lücken in der Schweiz zu schliessen. Das Thema beschäftigt auf der ganzen Welt, wie das Motto des Weltkrebstags von Anfang Februar 2024 zeigt: «Close the Care Gap».

Es ist ein besonderer Tag – auch für Memory. Der Weltkrebstag zeigt ihr jeweils, dass sie «nicht allein ist». Sie sagt: «Es ist ein Tag, um an all die Superhelden zu denken, die mit Krebs leben und gegen ihn kämpfen müssen.» Ein Tag aber auch, der aufzeigen will, was noch fehlt: Im Fokus stand Anfang Februar 2024 das Thema «Lücken in der Krebsversorgung schliessen». Leider gibt es auch in einem so reichen Land wie der Schweiz noch viele Angebotslücken. So auch im Bereich Cancer Survivors.

Cancer Survivors? Das sind Menschen, die mit oder nach Krebs leben – wie die 48-jährige Memory. Im Jahr 2018 erhielt sie die Diagnose Brustkrebs, 2022 hatte sie ein Rezidiv «Auch, oder gerade in schwierigen Zeiten versuche ich, in jedem Tag positive Momente zu finden.» Zurzeit ist Memorys Zustand stabil, ihr gehe es ganz gut. Doch auch sie spürt Langzeitnebenwirkungen und Spätfolgen der Krankheit, wie so viele der 450'000 Cancer Survivors in der Schweiz. Geheilt heisst nicht gesund.

Wenig Nachsorgeangebote für Cancer Survivors

Tag für Tag plagen Memory chronische Gelenkschmerzen. Sie kämpft mit dem Gewicht, gegen Fatigue und Konzentrationsschwächen. Zudem hat sie ein Stück Lebensqualität verloren, weil sie kaum noch etwas schmeckt. Das Essen bereitet keine Freude mehr. «Bitteres verursacht Übelkeit, Scharfes führt zu Durchfall und Saures verletzt meine empfindlichen Schleimhäute.»

Menschen mit oder nach Krebs finden wenig Nachsorgeangebote. Die Krebsliga versucht mit spezifischen Angeboten dagegen zu halten. So hat Memory einst ein Kochexperiment der Krebsliga mit Spitzenköchinnen und -köchen besucht, der ihr etwas die Lust am Essen zurückgebracht hat. Sie hat entdeckt, dass sie trotz wenig Geschmacksinn sämige Saucen liebt oder dass sie einige Öle lieber mag als andere.

«Ich würde mir Angebote zu Randzeiten wünschen»

Aber es braucht viel mehr als einzelne Kurse oder Veranstaltungen. Darum will die Krebsliga den Ausbau koordinierter Angebote für Cancer Survivors in der Schweiz vorantreiben. Memory, die Vollzeit arbeitet, würde sich beispielsweise Angebote wünschen, die sie zu Randzeiten besuchen kann. Oder noch spezifischere Therapien in ihrer Wohngegend im Bündnerland: «Ich weiss, dass mir Wasser-Shiatsu gegen die Gelenkschmerzen helfen würde.» Nicht überall finden sich alle Therapien und häufig müssen die Betroffenen die Kosten selbst berappen.

Um Probleme einfacher zu bewältigen, spaziert Memory täglich in der Natur. «Die Bewegung hilft dem Kopf, dem Gemüt und auch etwas gegen die Schmerzen. Manche Dinge muss man aber auch einfach lernen zu ertragen und zu tragen.» Ihre Resilienz bezeichnet sie als «sehr grosses Geschenk». Und doch: Auch Memory kommt manchmal ins Grübeln. «Ich habe immer wieder Angst vor einem erneuten Rückfall und frage mich, ob ich genügend Kraft und Willen hätte, nochmals alles durchzustehen.»

Am Weltkrebstag 2024 zeigte die Welt Solidarität mit Memory und Millionen krebskranker Menschen. Damit alle Betroffenen in der Schweiz die Begleitung erhalten, die sie benötigen, engagiert sich die Krebsliga für eine flächendeckende Versorgung. Nicht nur am Weltkrebstag. Sondern Tag für Tag.

«Ich wünsche mir für mich und andere Cancer Survivors, dass die Menschen weniger Berührungsängste haben. Auch wir können wieder voll arbeiten, sind belastungsfähig, können lieben, lachen und das Leben geniessen.»

Memory, Betroffene

Mit der Krebsliga gegen Versorgungslücken
Möchten Sie wissen, in welchen Bereichen der Krebsversorgung Lücken bestehen und was die Krebsliga tut, um diese zu schliessen?
www.krebsliga.ch/weltkrebstag

Möchten Sie die Krebsliga in ihrem Engagement unterstützen?
https://spenden.krebsliga.ch

krebsliga

The Boss is the Message. Oder: Der Text macht aus, was andere von Ihnen halten.

Dr. Martin Fritsche ist gelernter Kommunikationswissenschaftler und ECA-zertifizierter Systemic Leadership Coach. An der Fachhochschule Nordwestschweiz doziert er das Fach «Brand Management». Er ist spezialisiert auf Marken- und CEO-Kommunikation.

Der Text ist das Grundmedium jeder Kommunikation. Es gibt keine Kommunikation ohne Text. Darum entscheidet der Text, was andere von einem halten. Dies gilt insbesondere für Führungskräfte. Denn Führungskräfte vermitteln nicht nur Botschaften, sie sind die Botschaft. Oder, frei nach dem Kommunikationstheoretiker Marshall McLuhan: The Boss is the Message.

Tatsächlich sind Führungskräfte ständig damit beschäftigt zu kommunizieren. Darum ist der Text essenziell für deren Reputation. Der amerikanische Wirtschaftsjournalist Ivan Pollard bringt es in seinem Artikel «The Role of the CEO in Communications» auf den Punkt: «Das Management der CEO-Wahrnehmung sowohl nach innen als auch nach aussen ist keineswegs ein Projekt der Eitelkeit. Wird die Kommunikation des CEO nicht proaktiv geführt, übernehmen dies die Stakeholder automatisch – ob es einem passt oder nicht.»

CEOs führen also nicht nur ihr Unternehmen, sondern auch sich selbst. CEOs halten Reden, Referate und Präsentationen, eröffnen Jubiläumsfeiern, heissen neue Mitarbeitende willkommen, schreiben Artikel, sprechen Podcasts, publizieren Posts, liefern Vor- und Nachwörter, schreiben Editorials, bestreiten Medienkonferenzen, platzieren Medienmitteilungen, führen Meetings und networken sogar im Urlaub. Fazit: CEOs sind die wichtigsten Influencer Ihres Unternehmens.

Der CEO-Texter als Sparringspartner für CEOs und Führungskräfte

Dass diese Rolle nicht allen CEOs auf den Leib geschrieben steht, liegt auf der Hand. Doch am Ende des Tages liegt es alleine an den CEOs, Entscheide zu fällen und die Richtung vorzugeben. Schon rein strukturell sind CEOs einsam an der Spitze.

Was CEOs in solchen Fällen fehlt, ist ein Coach, ein persönlicher Sparringspartner. «Warum nehmen KMU-CEOs nicht wie Sportlerinnen und Sportler einen Coach – als Selbstverständlichkeit?» Dies fragt Sabrina Huber in Ihrem Buch «CEO-Reputation für KMU» die Executive Coach Lisa Christen. Ihre Antwort: «Sie nehmen es als Schwäche wahr, wenn sie sich einen Coach nehmen. Die Realität ist jedoch, dass Leader wie KMU-CEOs schon heute fantastische Persönlichkeiten sind und mit einem Coach nochmals ein höheres Level erreichen können.»

Tatsächlich ist es nicht nur eine grosse Entlastung für KMU-CEOs, einen Sparringspartner für die CEO-Kommunikation zu haben, sondern auch eine Bereicherung: Der CEO-Texter schreibt, was CEOs brauchen, selber aber nicht schreiben können. Sie haben schlichtweg andere Prioritäten. Diese Lücke füllt der CEO-Texter. Der CEO-Texter wirkt im Hintergrund, schnell, effizient und mit direktem Draht zum CEO.

Bei der richtigen Gelegenheit das Richtige in den richtigen Kanälen richtig kommunizieren

Mehr als das! Der CEO-Texter macht den persönlichen Brand Manager für den CEO. Er hilft, Themen sauber zu setzen und sowohl schlüssig als auch zielgruppengerecht zu kommunizieren. Entscheidend sind thematische Präzision und erzählerische Konsequenz. Die Themen sind gegeben durch die Positionierung des Unternehmens selbst, durch die gesellschaftliche Wetterlage, aktuelle Ereignisse und die persönlichen Ambitionen des CEO. Dabei geht es nicht darum, bei jeder Gelegenheit etwas Neues zu erzählen. Es geht darum, bei der richtigen Gelegenheit das Richtige richtig zu kommunizieren, so dass in den Köpfen des Publikums genau das Bild entsteht, das aus Sicht des CEO aufgebaut werden soll.

Kein One Size Fits All

CEO-Kommunikation ist eine sehr persönliche Angelegenheit. Ob ein oder eine CEO eher im Stillen die Fäden zieht, gerne auf der Bühne steht, Management By Walking Around praktiziert oder lieber By Objectives, eher zu viel als zu wenig kommuniziert oder umgekehrt, ist eine Frage der Persönlichkeit. Darum gibt es in der CEO-Kommunikation kein One Size Fits All. Im Gegenteil: CEO-Kommunikation muss sowohl zum Branding des Unternehmens passen als auch zur Persönlichkeit des CEO, denn die Reputation des Unternehmens ist mit der Reputation des CEO eng verknüpft. Diese Brücke zwischen Corporate Brand und CEO Brand schlägt der CEO-Texter.

Webinar für CEOs und Kaderleute

«Text. Macht. Reputation.»
Ein Webinar für Leute mit Verantwortung, die Wert auf wirkungsvolle Texte legen. Scannen Sie diesen QR-Code und sichern Sie sich Ihre Teilnahme.

Dr. Martin Fritsche · fritsche.txt
Schaffhauserstrasse 11 · 8006 Zürich
Telefon 079 379 15 39
martin.fritsche@martin-fritsche.ch
www.martin-fritsche.ch

Swiss MarTech Summit 2024: Impulse für KMU im Zeitalter der digitalen Revolution

In einer Welt, die von ständigem technologischem Fortschritt geprägt ist, ist es für KMU von entscheidender Bedeutung, ihre Strategien stets anzupassen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, innovative Technologien und Marketingstrategien zu verstehen und effektiv einzusetzen. Ein Ereignis, das die Türen zu diesen Erkenntnissen öffnet, ist der Swiss MarTech Summit 2024, der vom MarTech Lab der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) veranstaltet wird.

Die Revolution im Fokus
Der Summit, der am 28. Mai 2024 in Winterthur stattfindet, ist nicht nur eine Konferenz – er ist ein Raum für Ideen, Innovationen und vorausschauende Strategien. Das Ziel? KMU dabei zu unterstützen, die Herausforderungen der digitalen Revolution zu meistern und gleichzeitig von den Chancen zu profitieren, die sich in dieser neuen Ära bieten.

Keynote-Speaker von Weltklasse
Ein herausragendes Merkmal des Swiss MarTech Summit 2024 ist die beeindruckende Liste von Keynote-Speakern, die die Bühne teilen werden. Experten aus der ganzen Welt werden wertvolle Einblicke in die neuesten Entwicklungen im Bereich Marketingtechnologie (MarTech) bieten. Von erfolgreichen Unternehmern über Marketing-Gurus bis hin zu Technologievisionären – die Palette der Redner verspricht eine Fülle von Perspektiven, die für KMUs unentbehrlich sind.

Praxisnahe Fallstudien
Der Summit setzt nicht auf Inputs in Form von Keynotes, sondern bietet eine Vielzahl von praxisnahen Fallstudien. Dies ermöglicht den Teilnehmern, ihr Wissen direkt in die Tat umzusetzen und konkrete Lösungen für ihre individuellen Herausforderungen zu entwickeln. Von der Anwendung von KI im Marketing bis zur Optimierung von digitalen Kampagnen – die Themen sind so vielfältig wie relevant.

Networking auf höchstem Niveau
Eines der unschätzbaren Elemente von Branchenveranstaltungen ist das Networking. Der Swiss MarTech Summit 2024 bietet eine einmalige Gelegenheit, sich mit Gleichgesinnten, Branchenexperten und potenziellen Partnern zu vernetzen. Die zwanglose Atmosphäre fördert den Austausch von Ideen und die Bildung von Kooperationen, die über die Veranstaltung hinausgehen.

MarTech-Messe: Live-Demonstrationen und Produktvorstellungen
Die begleitende MarTech-Messe ist ein weiteres Highlight des Summits. Hier haben Unternehmen die Möglichkeit, ihre neuesten Technologien und Produkte zu präsentieren. Live-Demonstrationen ermöglichen es den Teilnehmern, die vorgestellten Lösungen in Aktion zu sehen, und bieten Raum für direkte Interaktionen mit den Anbietern.

Chancen für KMU
Für KMU ergeben sich aus der Teilnahme am Swiss MarTech Summit 2024 zahlreiche Chancen. Von der Möglichkeit, von Best Practices zu lernen und erfolgreiche Strategien zu übernehmen, bis hin zur Identifizierung potenzieller Partnerschaften und Investitionsmöglichkeiten – der Summit ist eine Ressource, die den Wachstumskurs von KMU nachhaltig beeinflussen kann.

Frühbucherrabatt für KMU-Verbandsmitglieder
Um die Teilnahme von KMU zu fördern, bietet der Veranstalter exklusive Frühbucherrabatte für Mitglieder des KMU-Verbands an. Dieser Rabatt ist nicht nur eine finanzielle Erleichterung, sondern unterstreicht auch die Bedeutung der Zusammenarbeit zwischen Bildungseinrichtungen und Unternehmen, um das Wachstum der lokalen Wirtschaft zu fördern.

Auf dem Weg in die Zukunft des Marketings
Der Swiss MarTech Summit 2024 verspricht nicht nur einen Blick auf die Gegenwart des Marketings, sondern schärft auch den Fokus auf die zukünftigen Trends. Für KMU ist dies eine Gelegenheit, ihre Marketingstrategien zu überdenken, zu optimieren und auf die nächste Stufe zu heben. Die digitale Transformation ist unvermeidlich – die Frage ist nur, ob man auf der Überholspur fährt oder abgehängt wird. Der Summit bietet die Landkarte für den Weg in eine erfolgreiche, digitale Zukunft.

Sichern Sie sich Ihren Platz und seien Sie Teil dieser inspirierenden Reise. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie auf der offiziellen Website des Swiss MarTech Summit 2024:

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
zh aw School of Management and Law

ZHAW MarTech Lab
Theaterstrasse 17 · CH-8401 Winterthur · martechlab@zhaw.ch

LEDVANCE.CH

LEDVANCE

WECHSELN MIT WEITBLICK
IHRE LICHTLÖSUNGEN MIT LEDVANCE

SCHNELL
FLEXIBEL
KOSTENEFFIZIENT

Angesichts des Verbots von Leuchtstofflampen und dem schwindenden Vorrat an traditionellen Leuchtmitteln steht Ihr Unternehmen 2024 vor der Herausforderung, schnell und effizient auf nachhaltige Beleuchtung umzusteigen.

LEDVANCE bietet unkomplizierte, kosteneffiziente und umweltfreundliche Lösungen, damit Sie sich auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren können.

WECHSELN SIE JETZT IN EINE STRAHLENDE ZUKUNFT

Neugierig?
Hier erfahren Sie mehr:

Kontaktieren Sie uns noch heute unter 052 525 25 25 oder projects@ledvance.com
und wir stehen Ihnen mit leuchtender Expertise zur Seite.

Swiss Coaching Day – Die Premiere

Im kommenden Frühling trifft sich erstmals die Schweizer Coaching-Szene für Kongress, Austausch und Netzwerk. Mit speziellem Fokus auf Führungskräfte und Geschäftsführende bietet die Premiere des Swiss Coaching Day einen inhaltsreichen und spannenden Tag für alle, die der Branche angehören oder an dieser interessiert sind.

Nachhaltig Führen – Coaching und Mentoring für moderne Unternehmen

Selbst für erfahrene Führungskräfte und Geschäftsführende bleibt das Streben nach kontinuierlicher Weiterentwicklung von zentraler Bedeutung. In diesem Zusammenhang spielen Coaching und betriebliches Mentoring eine herausragende Rolle, da sie eine Vielzahl von Vorteilen bieten, die nicht nur individuelle, sondern auch unternehmensweite Wirkungen entfalten. Die persönliche Weiterentwicklung steht im Fokus dieser Programme. Durch reflektierte Gespräche und individuelle Begleitung können Führungskräfte nicht nur ihre eigenen Stärken und Schwächen besser verstehen, sondern auch gezielt an ihrer persönlichen Weiterentwicklung arbeiten. Ein weiterer entscheidender Aspekt ist die Förderung effektiver Führungsfähigkeiten. Durch Coaching und Mentoring erlernen Führungskräfte, Teams zu inspirieren, effizient zu kommunizieren und kluge Entscheidungen zu treffen, was wiederum massgeblich zum Erfolg des Unternehmens beiträgt. Die Begleitungsarbeit trägt ebenfalls zur Entwicklung strategischen Denkens bei. Geschäftsführende und Führungskräfte lernen, langfristige Ziele zu setzen, Prioritäten zu definieren und Strategien zu entwickeln, um die übergeordnete Vision des Unternehmens erfolgreich umzusetzen. Zusammenfassend tragen Coaching und betriebliches Mentoring nicht nur zur individuellen Entwicklung von Führungskräften bei, sondern entfalten auch positive Auswirkungen auf die Leistungsfähigkeit des gesamten Unternehmens. Investitionen in diese Entwicklungsprozesse legen somit den Grundstein für nachhaltige Führung und den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens.

Business-Coaching in der BANI-Welt

Durch Business-Coaching werden Führungskräfte befähigt, sich in einer unsicheren Umgebung sicher zu bewegen. Sie entwickeln Fähigkeiten zur agilen Entscheidungsfindung und zum proaktiven Handeln, um flexibel auf die sich ändernde Landschaft reagieren zu können.

In der BANI-Welt ist es entscheidend, dass Führungskräfte nicht nur über fachliche Kenntnisse verfügen, sondern auch über eine hohe Anpassungsfähigkeit und die Fähigkeit, Komplexität zu bewältigen. Business-Coaching spielt eine zentrale Rolle in der BANI-Welt, indem es Führungskräfte darauf vorbereitet, in unsicheren Zeiten erfolgreich zu navigieren. Die Fähigkeiten, die entwickelt werden, sind entscheidend, um nicht nur individuell zu florieren, sondern auch um Organisationen widerstandsfähiger und anpassungsfähiger zu machen, was in dieser dynamischen Geschäftsumgebung von grösster Bedeutung ist.

Kompaktes Weiterbildungsangebot für den Führungsalltag

Die SCA (Swiss Coaching Association) organisiert im April 2024 zum ersten Mal einen Branchentag, an dem gemeinsam unter Coaches und betrieblichen Mentorinnen und Mentoren, aber auch mit Leuten, die an der Begleitungsarbeit interessiert sind, diskutiert wird. Der Event ist nicht nur ein Netzwerkevent, sondern gleichzeitig für Coaches, betriebliche Mentor:innen, Begleitungspersonen, Therapeut:innen und Führungskräfte ein Weiterbildungstag für den eigenen Weiterbildungsrucksack. Mit Fachreferaten und anschliessenden Diskussionsrunden, gezieltem Wissensaustausch sowie Tipps zur praktischen Umsetzung neuer Ansätze, bietet der Swiss Coaching Day in Bern alles, was das Herz begehrt. Einen Mehrwert für Führungskräfte, HR-Personal, Dozierende und Erwachsenenbildenden sowie Projekt- und Change-Manager. Ein breites, diverses und hochkarätiges Programm führt durch die Welt der Begleitungsarbeit und öffnet gemeinsame Gefässe, in denen man Neues entdecken, und Gegebenes diskutieren kann. Folgendes Tagesprogramm wurde dazu angelegt:

13:00 Uhr	**1st Swiss Coaching Day – Eröffnung**
13:15 Uhr	Fachreferate mit Impulsen: **Claudia Lässer:** Positive Psychologie und PERMA ein Führungsmodell weg von der Defizitorientierung zur Entwicklung der eigenen Stärken. **Felix Hunger:** Feedbackkultur – Vom Wert des Zurückfütterns **Dirk W. Eilert:** Mimik Resonanz – Sehen, was unausgesprochen ist oder «Verlassen Sie sich noch auf Worte oder lesen Sie schon nonverbal?» **Dr. med. Barbara Hochstrasser:** Job-Demands-Resources-Modell(Arbeitstätigkeit-Anforderungen-Ressourcen-Modell) Nadine Lambrigger: Lyrische und augenzwinkernde Moderation
16:30 Uhr	Panel-Diskussion mit Persönlichkeiten, die etwas zu sagen haben
Ganzer Tag	Marktplatz mit vielfältigen Angeboten
Abschluss	Networking – Apéro mit groovigen Klängen

Am Nachmittag vom 17. April 2024 startet der «1st Swiss Coaching Day» im Stadion Wankdorf in Bern. Impulsreferate von bekannten Keynotespeakern sprechen eine breite Zielgruppe an: Führungskräfte, Geschäftsführer, HR-Verantwortliche, professionell arbeitende Coaches und betriebliche Mentor:innen, Projektleitende, Coaching-Auftraggeber und weitere.

Infos: www.swisscoachingday.ch
Die Teilnehmerzahl ist beschränkt. Melde dich jetzt mit dem **Code: SCD2024-10** an und als Mitglied vom SKV mit einem Rabatt von 10 %

powered by SCA SWISS COACHING DAY 2024

Kalender Veranstaltungen

Februar 2024			
15.–16.02.2024	Rüschlikon	Professionell verhandeln	zfu.ch
16.02.2024	Online	Kreativität und KI-Power	newsaktuell.de
20.–21.02.2024	Bern	Swiss Cyber Security Days 2024	scsd.ch
20.–27.02.02.2024	Online	Coachingskills für Führungskräfte	praxisseminare.ch
26.02.–03.03.2024	Genf	Auto-Salon	genevamotorshow.com
27.–29.02.2024	Düsseldorf	EUROCIS 2024	eurocis.com
29.02.2024	Zürich	Schwierige Gespräche erfolgreich führen	praxisseminare.ch

März 2024			
05.03.2024	Thun	Erfolgreiche KMU-Strategie	martin-aue.com
05.03.2024	Zürich	Crashkurs BWL für Nicht-Betriebswirtschafter/innen	praxisseminare.ch
05.03.2024	Zürich	Marke[ding]	markeding-schweiz.ch
05.–06.03.2024	Feusisberg	Eindrucksvoll verkaufen	zfu.ch
05.–07.03.2024	Berlin	ITB	itb.com
06.–07.03.2024	Berlin	Transform 2024	transform.show
12.03.2024	Baden	TEC Forum 2024	tec-forum.ch
13.03.2024	Rüschlikon	20. Europäischen Trendtag	gdi.ch
13.-17.03.2024	Zürich	Giardina	giardina.ch
15.03.2024	Online	Nachhaltigkeit in der Klimakrise	newsaktuell.de
18.–21.03.2024	Rust D	CLOUDFEST 2024	cloudfest.com
18.–23.03.2024	Zürich	Informatiktage 2024	informatiktage.ch
19.–20.03.2024	Bern	Swiss Egovernement Forum 2024	e-governmentforum.ch
19.–21.03.2024	Online	SOM Konferenz 2024	som-online-konferenz.ch
21.–24.03.2024	Riedholz	Eigenheim.Solothurn	eigenheim-solothurn.ch
21.03.2024	Bern	Swiss EHealth Forum 2024	e-healthforum.ch
21.03.2024	Baden	KMU SWISS Symposium 2024	kmuswiss.ch
24.–26.03.2024	St. Gallen	Gastia	gastia.ch
26.–27.03.2024	Zürich	HR Festival Europe 2024	hgrfestival.ch

April 2024			
4.–11.04.2024	Zürich	Expovina Primavera	expovina.ch
17.–21.04.2024	St. Gallen	OTTA	olma-messen.ch
22.–26.04.2024	Hannover	Hannover Messe 2024	hannovermesse.de
23.–25.05.2024	Zürich	Bildungsmesse Zürich 2024	schoolexpo.ch
23.–25.05.2024	Zürich	Unser Klima 2024	unserklima.eu
24.–25.04.2024	Zürich	Finanz'24	finanzmesse.ch
24.–25.04.2024	Berlin	FIBE	fibe-berlin.com
26.04.–05.05.2024	Luzern	LUGA	luga.ch

ERFOLG

Offizielles Organ des Schweizerischen KMU Verbandes

Redaktions- und Anzeigeschluss:
22. März 2024

Nächste Ausgabe:
12. April 2024

Impressum

Schweizerischer KMU Verband
Bösch 43 · 6331 Hünenberg
Telefon 041 348 03 30
www.netzwerk-verlag.ch
verlag@kmuverband.ch

Verlags- und Redaktionsleitung
Roland M. Rupp 041 348 03 33
roland.rupp@kmuverband.ch

Verkauf
Schweizerischer KMU Verband
Bösch 43 · 6331 Hünenberg
Telefon 041 348 03 35
verlag@kmuverband.ch
www.kmuverband.ch

Redaktions- / Anzeigenschluss
Jeweils 14 Tage vor Erscheinungstermin
Abonnementsverwaltung:
Alexandra Rupp
abo@kmuverband.ch

Kundenversprechen
Verantwortlichkeit für Inhalt & Gestaltung
Kvmedia GmbH, Luzern, Srdjan Varo

Produktion KMU Erfolg
Lichtpunkt Design · L. Boltshauser
Lindenbachstrasse 8 · 8006 Zürich
Telefon 079 694 54 18
info@licht-punkt.ch · www.licht-punkt.ch

Auflage
Printauflage: 5000 Ex.
Onlineauflage: 30 000 Ex.
Die Auflage ist notariell beglaubigt.
* Zusätzlich wird das Medium Erfolg in den SKV Newsletter integriert und an 70' 000 Empfänger versendet.

Erscheinung
erscheint zweimonatig

Preise
Jahresabo CHF 36.– / Einzelpreis CHF 3.90

Copyright
Das Abdrucken von Texten und Inseraten nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Titelfoto: www.pixabay.com

Die Cloud bietet Ihnen maximale Flexibilität, einfache Skalierbarkeit, automatische Updates und höchste Sicherheit. Mit unserem neuen SmartStart-Konzept arbeiten Sie bereits nach kurzer Zeit produktiv mit unseren ERP-Branchenlösungen für Fertigungsindustrie, Gross- und Einzelhandel, Projektdienstleister sowie Medizintechnik auf Basis von Microsoft Dynamics 365. Bleiben Sie jederzeit agil, automatisieren Sie Ihre Abläufe und begeistern Sie Ihre Mitarbeitenden mit einem intuitiv bedienbaren System. Die Kombination aus innovativer Technologie, der Erfahrung aus über 2.400 Kundenprojekten und der umfassenden Branchenkompetenz unserer 900 Mitarbeitenden stärkt nachhaltig Ihre Wettbewerbsfähigkeit. **www.kumavision.ch**

Microsoft Solutions Partner
Business Applications

Microsoft Solutions Partner
Modern Work

KUMA VISION
ERP
CRM
DMS
CLOUD

VOLVO

Er ist klein.
Er ist grossartig.
Er ist hier.

Der neue vollelektrische Volvo EX30.

Unser kompaktester SUV aller Zeiten überzeugt mit kraftvoller Leistung, innovativem Design und dem kleinsten CO_2-Fussabdruck aller Volvo Fahrzeuge – im Kleinen steckt oft wahre Grösse.

Jetzt Probefahren.

volvocars.ch/EX30

Volvo EX30, E60 Twin, Electric, 428 PS/315 kW. Stromverbrauch gesamt: 16.3 kWh/100 km, CO_2-Emissionen: 0 g/km. Energieeffizienz-Kategorie: A.